

全国最低交易手续费免费办理国内正规商品股指原油期货开户 零佣金 不限资金量和交易量直接申请交易所手续费
任何地方费用比我们低 10倍赔偿差价 客服QQ/微信：958218088 期货开户和书籍下载请进：<http://www.7help.net>

INTERNET FINANCE 一本书读懂 互联网金融

李天阳 编著

颠覆传统金融行业 带来无限发展空间

再次挖掘行业潜力

每个人都看得懂的互联网金融入门书

★★★
互联网时代
必备宝典

未来发展
势不可挡

北方文艺出版社

全国最低交易手续费免费办理国内正规商品股指原油期货开户 零佣金 不限资金量和交易量直接申请交易所手续费
任何地方费用比我们低 10倍赔偿差价 客服QQ/微信：958218088 期货开户和书籍下载请进：<http://www.7help.net>

理想藏书 55188

INTERNET FINANCE 一本书读懂 互联网金融

李天阳◎编著



北方文艺出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

一本书读懂互联网金融 / 李天阳编著 . -- 哈尔滨 : 北方文艺出版社 , 2016.4

ISBN 978-7-5317-3560-1

I . ① — … II . ① 李 … III . ① 互联网络 - 应用 - 金融 - 基本知识 IV . ① F830.49

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2016) 第 061883 号

一本书读懂互联网金融

YIBENSHU DUDONG HULIANWANG JINRONG

作者 / 李天阳

责任编辑 / 王金秋 牟国煜

出版发行 / 北方文艺出版社

网 址 / www.bfwy.com

邮 编 / 150080

经 销 / 新华书店

地 址 / 黑龙江现代文化艺术产业园 D 栋 526 室

印 刷 / 北京高岭印刷有限公司

开 本 / 787 × 1092 1/16

字 数 / 180 千

印 张 / 15.25

版 次 / 2016 年 4 月第 1 版

印 次 / 2016 年 4 月第 1 次印刷

书 号 / ISBN 978-7-5317-3560-1

定 价 / 42.00 元

前言

以云计算、大数据、社交网络等为代表的新一代互联网技术的迅速崛起，全球互联网经济的迅速发展，网上购物消费、网上银行等电子商务的发展如雨后春笋，使传统金融领域迎来了新的变化。2013年，余额宝横空出世，让整个金融行业都知道了一个新名词——互联网金融。

互联网金融是将互联网技术与金融业相结合的一种产物，也是金融供需存在缺口以及渠道创新的必然产物，为金融行业带来了惊喜和挑战。一种新的金融模式的诞生、一种全新的体制的产生，必然会冲击传统金融的发展，但是随着互联网金融的发展以及进程的推进，新模式也将加快传统金融转型升级的脚步。

互联网金融从萌芽状态，到如今互联网行业、电商行业、金融行业等纷纷推出自己的互联网金融产品，整个行业经历了一个迅猛发展的过程。2015年，两会期间，李克强总理的政府工作报告对互联网新经济寄予厚望，报告中把互联网金融表述为“异军突起”。得到了国家政策上的支持，互联网金融的发展也已经受到了各方的重视，呈现爆发式增长。互联网金融，顾名思义，它是互联网与金融的结合，可它不是互联网和金融业的简单结

合。它是现代经济进入互联网时代，在金融上所表现出的新特征、新技术、新平台、新模式和新实现形式。目前，互联网金融可分为六大模式，即第三方支付、P2P网贷、大数据金融、众筹、信息化金融机构、互联网金融门户。随着业态的不断发展，不同模式之间出现了相互渗透与融合的现象。互联网金融无疑是今年市场最火的字眼，互联网开放、多元化的平台，给金融市场带来无限的发展空间。

互联网金融在资金需求方与资金供给方之间提供了有别于传统金融的新渠道，提高了资金融通的效率，是现有金融体系的有益补充。互联网金融能大大降低交易成本，互联网金融让小微企业和普通大众能更便捷地获得金融服务，在融资难的背景下，互联网金融成为发展普惠金融最有利的工具。

但火爆背后也有隐忧，几年来，互联网金融风险不断浮出水面。由于互联网金融的虚拟化、无国界化、技术装备水平高的特点，又加上相关法律缺位等问题，使其风险管理更加复杂，这也加大了监管的难度。互联网金融监管体系不完善，制约了互联网金融健康和稳定的发展。发展互联网金融，还需要加强风险防范意识和监管理念，如何更好地利用互联网金融这把“双刃剑”，如何规避互联网金融发展过程中的风险，已经成为各界关注的焦点。

互联网金融作为现代金融的有效补充，开启了一种全新的金融模式，未来发展，势不可当。为了更好地发展下去，互联网金融行业需要加强监管，并推动我国征信系统建设，同时提高投资者的风险意识，在建立监管的同时，更多给予互联网创新以包容，促进互联网金融健康长久发展。

目录

第一章 揭秘互联网金融的前世今生

互联网金融到底是什么（世界上第一笔网上交易） / 002

中国互联网金融新纪元 / 007

新宠儿，互联网金融优势尽显 / 010

金融市场的变革 / 014

时代的先锋：余额宝 / 018

谁动了银行的奶酪 / 021

第二章 大数据开启互联网金融新时代

大数据是什么 / 026

“数据 + 金融”模式 / 030

无数据，不金融 / 034

社交网络颠覆互联网金融行业 / 038

云计算，金融业的新模式 / 041

众商家进入大数据 3.0 时代 / 045

第三章 第三方支付，互联网金融的核心

互联网金融的推动者 / 050

从网购到第三方支付的兴起 / 054

第三方支付的创新机制 / 057

移动支付改变你的生活 / 060

第三方支付群雄并起 / 064

第四章 余额宝：开启互联网金融的钥匙

世界第一只货币基金 / 070

中国的货币基金——余额宝 / 074

金融改革的推手 / 077

互联网理财的新时代 / 080

1元也能玩“钱生钱”？ / 083

“宝宝”们的春天 / 086

第五章 颠覆性创新：P2P网贷

P2P网贷是什么 / 092

P2P网贷的前世今生 / 095

国外P2P网贷那些事儿 / 099

P2P网贷在中国的崛起 / 103

众军抢占P2P市场 / 107

中国P2P网贷走向何方 / 110

不管怎么创新，风险控制是关键 / 114

第六章 众筹在中国

- 众筹到底筹什么 / 118
- 众筹平台的四大类型 / 121
- 如何玩转众筹 / 125
- 玩转众筹但不可忽视风险 / 128
- 股权众筹探路行走 / 131
- 中国众筹领域的“大哥大”——点名时间 / 134
- 传统行业的新尝试 / 138

第七章 横空出世的虚拟货币——比特币

- 虚拟货币就此诞生 / 142
- 比特币的前世今生 / 145
- 火爆的比特币市场 / 148
- 比特币的山寨“兄弟” / 151
- 虚拟货币投资是庞氏骗局吗？ / 154
- Mt.Gox 的破产真相 / 157

第八章 走向变革，当保险遇到互联网

- 从萌芽到爆发 / 162
- 互联网保险是什么 / 165
- 互联网巨头涉足保险，平分秋色 / 168
- “三马”合璧 / 171
- 噱头与创新并存，互联网保险新形势 / 174

第九章 金融电商大舞台

阿里金融，不断尝试 / 178

苏宁加入互联网金融大军 / 182

京东打造金融王国 / 185

58 同城，试水互联网金融 / 189

1 号店大步迈向互联网金融 / 193

第十章 银行之变，绝地反击

银行面临的冲击，始料未及 / 198

银行存在的优势 / 201

银行纷纷“触网”，近水楼台先得月 / 204

手机银行开启互联网金融市场 / 208

微信银行，银行业务新入口 / 211

以“大佬”身份进入 P2P / 214

第十一章 互联网金融如何走出美好未来

未来互联网金融的发展趋势 / 218

互联网金融领域的各种风险 / 221

互联网金融的安全漏洞 / 224

互联网金融时代，信用为王 / 227

互联网金融助力中国梦 / 230

第一章

揭秘互联网金融的前世今生

互联网金融到底是什么（世界上第一笔网上交易）

互联网金融是互联网时代金融的新生态，已成为当下最热门的话题，各大互联网企业也都纷纷进军金融业，各类新闻不绝于耳，如果不一两件与此相关的事情，你都觉得远远落后于时代了。2012年，中国平安董事长马明哲宣布将和腾讯的马化腾、阿里巴巴的马云在上海成立合资保险公司，探索互联网金融之路；京东商城与苏宁电器也纷纷进军互联网金融；阿里巴巴已经涉足小额贷款，并一直在筹划成立阿里银行，一切都表明，互联网金融来势汹汹。中国互联网金融呈爆发式增长，其优势和作用日益突出，引起国家高度重视。

2014年3月5日，李克强总理在第十二届全国人民代表大会第二次会议上所做的政府工作报告中指出：要深化金融体制改革，促进互联网金融健康发展，让金融成为一池活水，更好地灌溉小微企业、“三农”等实体经济之树。因此，无论从市场层面还是政策层面，都可谓迎来了互联网金融蓬勃发展的历史性机遇。

2015年3月22日，央视《新闻联播》报道了一条题为《新常态新成效：

第一章 揭秘互联网金融的前世今生

“互联网+”金融加出融资高效率》的新闻，这是继李克强总理在两会期间提出“互联网+”计划以后，《新闻联播》首次头条报道互联网金融。该条新闻报道时长约4分钟，主要阐述了近年来我国互联网金融行业的迅猛发展，其中也提到了P2P网贷行业目前的发展情况。

什么是互联网金融？互联网金融是传统金融行业与互联网相结合的新兴领域。从广义上讲，凡是具备互联网精神的金融业态统称为互联网金融。而从狭义的金融角度来看，则应该定义在跟货币的信用化流通相关层面，也就是资金融通依托互联网来实现的方式方法。

互联网金融，顾名思义，它是互联网与金融的结合，可它不是互联网和金融业的简单结合。它是现代经济进入互联网时代，在金融上所表现出的新特征、新技术、新平台、新模式和新实现形式。互联网行业在第三次工业革命中诞生，它最有价值的不是自己能产生很多新东西，而是对已有行业潜力的再次挖掘，用互联网思维去提升传统行业。互联网技术开始渗透到各个行业，并引发了以融合为特征的产业革命，产业之间的技术、产品和服务相互渗透和交叉，一种产品或者服务往往是多个产业生产成果的结晶，原有的产业界限日益模糊化。

随着互联网和移动互联网对用户和行业渗透率的提高和渗透程度的深化，互联网技术和其他行业相融合是必然趋势，互联网产业变革在加速，颠覆传统行业的节奏也进一步加快。金融的最基本功能是存、贷、汇，即货币资金的聚集功能、运用功能、支付功能。在实现安全移动支付、云计算、大数据等网络技术水平上，金融的基本功能为适应新的需求而产生了新模式、新业务、新服务。也就是说，互联网金融并不是简单的“互联网技术的金融”，而是“基于互联网思想的金融”，技术作为必要支撑。

就如同互联网金融最早的概念提出者谢平教授认为的那样，互联网金融以互联网为代表的现代信息科技，特别是移动支付、云计算、社交网络和搜索引擎等，将对人类金融模式产生根本影响。这些技术的发展极大减小了金融交易的成本和风险，扩大了金融服务的边界。其中技术实现所需的数据，几乎成为了互联网金融的代名词。

对大部分人来讲，传统金融行业的“互联网化”主要体现在网银上。以往需要去营业厅排队办理的业务，如今大多已可以在网上完成。互联网金融就是网上银行吗？复旦大学经济学院副院长孙立坚在接受采访时表示，网上银行属于传统金融机构利用互联网开展的业务，属于金融互联网，与互联网金融是两个概念。

而互联网金融作为新生事物，其“跨界说”也存在争议。中国人民大学金融证券研究所副所长赵锡军表示，互联网企业提供银行服务，只是金融服务的投资者来源不同，这就像一个农场主投资银行业，别人不会说他跨界一样。也有观点指出，互联网金融不是简单把互联网当成工具，而是把互联网的平等、开放、分享、透明、用户第一等理念真正融入金融业。小微金融服务集团相关负责人表示，互联网金融不是简单把传统金融业务互联网化，而是把“人人平等、用户导向”理念融入金融业，对普通百姓来说，互联网金融能带来更贴近、更便利的服务，还原金融业的服务本质。

其实，网银仅仅是金融和云计算、大数据、移动支付等互联网技术融合的一个开始。“以技术为驱动的数据金融业务”成为了京东商城的发展目标之一，阿里巴巴也将“数据、平台、金融”作为未来的三大业务发展方向。互联网企业、金融机构从各自优势领域出发；第三方支付

第一章 揭秘互联网金融的前世今生

企业、P2P 贷款公司利用互联网平台介入金融服务业；银行为代表的金融业，则利用互联网技术，推出网上银行、电子银行乃至电子商务平台，掀起渠道的电子化革命。

从几年前出现的电子银行改变了我们的金融生活后，波澜壮阔的互联网金融又为我们呈现了移动银行和第三方支付平台，只要有一台能上网的客户端，我们便能足不出户解决大部分金融需求，这在以前是根本不可想象的。

种种迹象表明，互联网已经广泛渗透到金融产品销售领域，从传统的银行、证券、基金、保险公司的营销及业务办理模式，发展到越来越依赖于互联网平台。近年，越来越多的金融机构“触网”，将互联网作为新的销售渠道。

客观上，互联网技术给金融领域带来了巨大的变化。快捷支付、搜索引擎和社交网络降低了信息处理成本，资金供需双方直接交易，可达到与现在资本市场直接融资和银行间接融资一样的资源配置效率，在促进经济增长的同时，大幅减少交易成本和降低交易风险。

现在，互联网金融的发展已经历了网上银行、第三方支付、个人贷、企业融资等多个阶段，并且在融通资金供需双方的匹配等方面越来越深入传统金融业务的核心。互联网不断地改变着社会的各种经济活动，也会日益改变金融中介机构在资金融通中的主导性地位。互联网会让信息透明化，让中介失去依靠信息不对称垄断信息的机会，而且互联网让社会的各种参与主体更加扁平化，也一定程度上压缩了由于专业化分工所带来的金融中介机构的专业化优势，金融中介也面临被摒弃的可能。

对此谢平先生也给出了预测：银行、券商和交易所等中介都不起作用，

一本书读懂互联网金融

贷款、股票、债券等的发行和交易以及全款支付直接在网上进行，资金供需双方直接交易，可以达到与直接融资和间接融资一样的资源配置效率。互联网金融的形式既不同于传统银行间接融资，也不同于资本市场直接融资。事实上，目前涌现出来的各种互联网金融的模式，其核心都是冲击着原先的金融中介的模式，都是意图撇开金融中介，实现资金融通双方的直接对接。

时代决定命运，随着互联网时代的来临，互联网金融也在蓬勃发展，在极大地改变金融行业状态的同时，也为广大客户带来了极大的便利，使人们的生活因互联网金融而变得更简单。互联网金融，一个新时代已经到来。

中国互联网金融新纪元

互联网金融在中国的兴起，根源在于传统金融服务的供给不足，以及金融管制带来的套利机会。其实，互联网金融不是新贵，互联网金融的萌芽早已出现在了我国，它是金融业务和互联网技术长期融合发展到特定阶段的产物。随着信息技术和移动支付业务的发展，互联网金融正在成为一种潮流，潜移默化地改变着传统银行业在金融市场中的地位。

“互联网金融的异军突起，是我国金融需求长期受到压抑的结果。一方面，为数众多的中低收入者受限于理财渠道的匮乏；另一方面，创造了社会绝大部分就业岗位的中小企业普遍存在融资难的问题。无论是 P2P 还是余额宝，其本质都是利率市场化的产品。”一位业内专家如是说。

在全世界范围内，并没有一个如火如荼的互联网金融行业的兴起。互联网金融的准确概念，应该叫作“中国互联网金融”。2013 年被称为互联网金融的元年。业界普遍认为，中国互联网金融火起来的标志性事件是 2013 年 6 月 13 日余额宝上线，阿里巴巴集团支付宝上线“余额宝”类存款业务。截至 2013 年 8 月 11 日，阿里巴巴余额宝募集资金已

达到 250 亿元，累计用户数已达到 700 万左右，超过上一年所有国内基金新增客户数量的总和。2013 年 6 月末，阿里小贷投入贷款总额已超过 1000 亿元，客户超过 32 万户，户均贷款额度近 4 万元。其设计之初是想让用户放在支付宝里用于购物的资金也能有收益，于是和基金公司合作，用户可以选择购买货币基金，其投资标的物为短期国债和银行间协议存款。

在这一年里，互联网思维如同一场金融界的文艺复兴，影响并改变着传统的金融业态和格局。作为一种互联网与金融业相结合的新兴事物，互联网金融在很大程度上改变了传统货币金融理论的理论框架——在新的架构下，银行业已经不是绝对不可或缺的金融中介，资金供需双方可以借助互联网直接完成匹配。这既是传统货币金融理论的一次前沿创新，也是现行金融业的一场“范式革命”。

依托云计算、社交网络、搜索引擎等信息技术，凭借用户、渠道、流量等独特优势，互联网企业探索出一套不同于传统金融机构的业务模式，并逐渐搭建起了自己的金融版图。2013 年 11 月 27 日，阿里巴巴在北京宣布，将以旗下阿里云计算为支撑，结合支付宝等资源，推出面向银行、基金、保险及证券等金融机构的专业的金融云解决方案，例如计算资源和互联网运维，以降低网上交易支付的开发和 IT 成本。

在余额宝之后，“碎片化理财”的说法开始频繁出现，市场上更是涌现出一大批“宝宝”产品。同时，银行、券商、基金、保险等传统金融业机构开始在金融领域跑马圈地并试图构建自己的互联网金融平台。各大银行、基金公司、互联网公司、零售业企业，都纷纷涉足互联网金融，开始积极谋变以巩固既有优势地位。除了阿里巴巴外，另外两大互联网

第一章 揭秘互联网金融的前世今生

巨头腾讯、百度，门户网站新浪、网易，电商平台京东、苏宁当然也不甘落后，陆续公布和推出了与互联网金融相关的规划和业务。

“就连华尔街，对于互联网金融都没有中国热衷。”阿里小微金融学院院长陈达伟在接受采访时表示，互联网金融在中国引发的热潮超越其他国家。互联网金融的快速崛起，已经引起了包括中国人民银行在内的有关金融主管部门的关注。央行前副行长刘士余曾公开表示：“在诚实守信的前提下，一切有利于包容性增长的金融活动、金融服务都应该受到尊重与鼓励。发展互联网金融，应注意防范风险，两个底线不能突破。一是非法吸收公共存款，二是非法集资。”这也是主管部门领导首次对外表态。他表示，互联网金融还缺乏时间的磨炼，对其发展还处在观察期。在观察期内就意味着包容性，对各种参差不齐的互联网金融形态较为包容。

谢平认为，互联网金融时代，每一个人作为一个个体，有充分的权利和手段参与到金融活动之中。在信息对称的时代，能够自由地获取金融服务。社交网络、电子商务、第三方支付、搜索引擎等形成了庞大的数据量，这让金融更加充分、民主。互联网金融是推动中国改革发展的新生事物，要宽容，要鼓励，要监督和规划，使其加快成为推动中国改革发展的重要力量。

新宠儿，互联网金融优势尽显

2013年，被称为中国互联网金融元年，互联网金融从此迅速发展，红遍大江南北。互联网金融是全球新科技和传统核心产业结合的最富活力和希望的新生儿。多种互联网金融形式发展很快，引起高度关注，甚至首次出现在政府工作报告中。一个国家一个民族要想立于世界之林而不被淘汰，就必须张开怀抱尽快接纳这些新能量。

随着互联网支付方式的升级，融资、理财、投资、保险等领域的互联网金融服务不断涌现。可以说，互联网金融正改变着金融业的竞争模式，也促成金融消费方式和交易行为发生改变。由于交易成本显著降低，资源得到了更高效快捷的配置，互联网金融也在一定程度上弥补了传统金融服务的不足，为实体经济发展提供了更多层面的支持。在金融方面，互联网也有种种优势，运营成本低，用户分布广，资金透明等优点使互联网金融必定在未来成为主流金融模式。

金融过去是一种比较高端的业态，普通民众以前不一定享受得到金融服务。同时，由于融资成本高、信息不对称等因素，融资需求旺

第一章 揭秘互联网金融的前世今生

盛的小微企业仍很难从银行获得贷款。伴随互联网的发展，金融服务现在已经普及到了每一个民众，而在这个大的发展背景下，随着互联网金融的兴起，小微企业融资贷款开拓出了新途径。

相关数据显示，小微企业数量占我国企业总数的90%以上，创造了80%的就业岗位和50%的税收，在解决就业、增加收入、经济结构调整中都起着不可替代的作用。然而，“融资难”一直是困扰小微企业发展的一个问题。

中国社科院金融研究所金融市场研究室副主任尹中立就在采访时表示，据他了解，互联网金融每一笔贷款交易都很小，只有三四万元，传统商业银行不会做这种业务，没这么多精力，也没这么多数据，这些拾遗补阙的工作，电子商务网站就可做到。谢平教授认为，以互联网为代表的现代信息科技，特别是移动支付、社交网络、搜索引擎、云计算和大数据分析等技术将对人类金融模式产生根本影响。

作为传统金融业与互联网融合的新兴领域，互联网金融具有互联网的“开放、平等、协作、分享”精神，可以称之为具有互联网精神的金融业态。对于互联网金融，虽然数据是个重要优势，但技术不是主要的，真正具有革命意义的是其引发的交易主体、交易结构的变化和金融回归民主化。

互联网金融可以被用来解决小微企业融资难问题和促进民间金融信息的阳光化、规范化，更可被用来提高金融包容水平，发展普惠金融，拓展金融渗透的广度和深度，促进实体经济发展。恰逢近期各商业银行资金流动性偏紧，所以为服务小微企业，培育互联网金融融资方式正当其时。

一本书读懂互联网金融

与传统金融相比，互联网金融平台的优势是申请贷款流程比较简化。以阿里巴巴为例，诚信通会员和淘宝卖家，无须担保，从申请贷款到贷前调查、审核、发放和还款采用全流程网络化、无纸化操作，客户足不出户，只需要在电脑前简单操作即可轻松获取贷款，整个过程最短只需要 2 到 3 分钟。

互联网金融带来了全新的渠道，为客户提供方便、便捷、高效的金融服务，极大地提高现有金融体系的效率。专家认为，互联网金融降低了成本，让人们有了更多选择，也更加便捷。相比于传统金融，互联网金融更加注重用户体验，谢平表示，互联网金融颠覆了传统金融的“高富帅”门槛，以往从事金融业要到高等学府去学习，而互联网金融让这一切变得更容易：将来只需下载一个 APP 就解决了，小学生老大娘都可以的！第三方支付的“快捷支付”业务使生活消费和企业信贷等支付行为更加方便、省时。

大数据金融、P2P 网贷、众筹等互联网金融模式都在一定程度上解决了小微企业及个体工商户的融资需求，其中 P2P 网贷及众筹还满足了一部分客户的投资理财需求。2013 年 6 月 13 日，余额宝悄然上线，背靠拥有 8 亿多用户的支付宝平台，“让投资变得简单”的余额宝迅速发展壮大。余额宝规模快速扩张的一年，也是全民理财风生水起的一年。余额宝的成功，使得原本为中小型基金公司的天弘基金在一年中异军突起。截至 2014 年 3 月，这家基金公司管理的资产规模已经达到 5537 亿元，远超昔日的行业龙头华夏基金。

互联网金融之所以“来势汹汹”，是因为它正在改变着我们的生活。随着余额宝规模快速扩张，各种理财工具竞相推出，互联网金融百舸争流。

第一章 揭秘互联网金融的前世今生

如何更好地管好钱袋子，也成为百姓茶余饭后的热议话题。

在互联网平台高效运作的助推下，数以千万计的投资者视余额宝为“新宠”。而在此之前，这些资产不多的投资者很难得到银行的垂青。毕竟，对传统银行业来说，服务低净值客户的成本远大于收益，但是，在互联网金融领域，这些传统成本消失不见，中小投资者也拥有了更多的投资机会。

另外一个优势就是，互联网金融的互相影响效应特别明显，如同社交网络一样，用户会受到周围人群的影响，以至于用户越来越多。2014年2月底，余额宝用户数达到8100万户，资金规模超过5000亿元，成为全球四大货币基金；2014年3月31日，余额宝管理规模达到5413亿元；根据最新数据，截至目前，余额宝用户数量已经超过1亿户。

支付宝钱包、微信、APP、移动支付网络银行……这些互联网应用正深刻地改变着人们的生活。而金融在与互联网的结合中，效率大大提高，新的金融产品，站在客户体验角度设计，让从前高大上的金融产品走进了寻常百姓家。

互联网金融发展至今，已成为推动普惠金融的最佳助力。普惠金融作为包容性金融，其核心是有效、全方位地为社会所有阶层和群体提供金融服务，使所有人都能得到平等享受金融服务的权利，而包括P2P网贷、第三方支付在内的互联网金融由于其覆盖广、成本低、可获得性强等特点，成为实现普惠金融的最佳途径。

互联网金融对现有金融领域和未来经济发展的最大影响，是将改变人们以往的日常生活方式，形成新的金融消费和生活习惯。在垄断金融牌照的大环境下，给市场以活力，在同质化竞争严重的今日，互联网金融打开了新的局面。

金融市场的变革

互联网的出现，不仅让我们重新认识了这个世界，更让我们重新认识了“金融”这个词汇。新时代的金融建立在互联网技术基础上，具备开放、平等、协作、分享的互联网精神，同时也为原本严谨、保守的传统金融领域注入活力。在互联网金融产生以前，在普通人的脑海中，根本对“金融”没有概念，因为它本来就不属于普通人。但是当互联网金融产生以后，“金融”印入了每个人的脑海，走进了寻常百姓家。

我国互联网金融的兴起，与我国传统金融的落后，金融服务的供给不足，对金融市场的管制密切相关。正是传统金融服务的供给不足，很多人的金融服务得不到满足，才为互联网金融的发展留下了空间。互联网金融的优势和其火爆的市场，也吸引了一些互联网大佬们先后加入到这场金融改革的浪潮中来，阿里巴巴、百度、腾讯等互联网巨头都纷纷加入互联网金融大军，重金打造互联网金融平台。

2013年，余额宝一炮而红。阿里巴巴成为互联网金融在中国的先行者和行业标杆。其实，阿里巴巴介入金融业很多年了，早在2006年的时

第一章 揭秘互联网金融的前世今生

候就跟建行、工行合作，为此工行、建行专门设立了网络银行部，致力于跟阿里巴巴合作。当时声势也颇为浩大，马云也提出了要把规模做到2000亿。几年后，建行、工行跟阿里巴巴基本都停止了合作，各自单飞，阿里巴巴则撇开了银行自己单独放款。自支付宝、余额宝等产品大红后，阿里巴巴继续发力，酝酿许久的多种业务将同时出笼，如针对个人用户的消费信贷业务“信用支付”，以及针对小微企业的各种小贷业务。除此之外，阿里银行业也在等待政策落地，如果银行牌照获批，阿里银行将很有可能成为国内第一家没有实体网点的银行，这将成为改变现有中国金融生态的大事件。

在阿里巴巴搅动了互联网金融的“一池春水”后，京东也快马加鞭，赶上互联网金融这个热潮。2013年7月30日，京东商城创始人、CEO刘强东在接受采访时表示，京东已经成立了金融集团，除了针对自营平台的供应商，未来还会扩大到POP开放平台，确定了“自营电商、开放服务和数据金融”三大未来发展规划。京东支付上线后，打通买家、卖家的账户，用户体验会得到根本改变。而支付宝的功能，京东支付都有，比如红包、钱包，以及“余额宝”这样的产品。2014年2月12日，京东推出的首款互联网金融信用支付产品——“京东白条”将于13日上线公测。“京东白条”被界定为“先消费，后付款”的全新支付方式。用户可以凭借京东发放的“白条”，在额度内进行消费。“京东白条”的功能与银行信用卡相似，京东将在线实时评估客户信用。未来，京东也将金融业务作为新的增长点，建构以电商、互联网金融、物流业务、技术平台等为支撑的新经济帝国。

当阿里在这场金融变革中玩得风生水起的时候，腾讯以一种特殊的

方式进入互联网金融领域。腾讯不搞互联网金融产品，而是开发起了游戏。很多人说马化腾这是“不务正业”，这种关键时候怎么能放弃互联网金融这块肥肉呢，其实腾讯是悄悄地在做和阿里巴巴很不一样的互联网金融。

腾讯的宗旨是通过互联网服务提升人们生活品质，使产品和服务像水和电一样融入人们的生活，为人们带来便捷和愉悦。微信红包带动了微信支付功能的应用，给人们带来快乐的同时，腾讯已经打进互联网金融领域。财付通、现金宝随之上线，用户逐渐增加。马化腾已经表态，未来腾讯在前海的投资不会少于 100 亿元，具体运营业务包括互联网金融、微信支付、小额信贷、股权投资和外汇业务。

互联网金融已成兵家必争之地，巨头们纷纷参战，百度从汇付天下、基金公司挖了数位熟悉金融市场的人士。2013 年 8 月底，百度悄然上线了百度金融测试版，意在争夺金融产品搜索入口。“百度每天有多达千万次关于‘金融’‘理财’等关键字的搜索请求，这是数量庞大的用户在金融领域真实意愿的展露。”一位百度金融中心相关负责人介绍说。

对于百度进入互联网金融领域有何竞争优势，一位业内人士说：“百度的优势在于其拥有国内互联网公司最大的人口流量，凭借其引流和营销经营，互联网金融业务具有巨大的想象空间。一旦基础业务成形，百度可以将其与旗下多个业务平台打通，创造新的业务模式和收入来源。例如，可以将支付平台和现有的搜索引擎、推广平台打通，直接为第三方提供从流量引导到购买支付的一站式服务。这类似于微信的支付系统，但借助百度的搜索引擎，整个流程会更加快捷、方便。”百度表示，未来会将自己的搜索和大数据能力伸向互联网金融领域，在用户和金融机构之间搭一座桥，将用户需求和金融机构的产品设计对接起来，生成双

第一章 揭秘互联网金融的前世今生

方谁也离不开谁的互联网金融平台。

互联网行业巨头纷纷进入金融领域，这样的金融变革让传统金融机构按捺不住，开始变革，各家银行正从手机银行、微信银行到 4G 自助银行，从网上支付拓展到 O2O 模式，推出各自的互联网金融产品，利用自己银行大佬的优势，抢占互联网金融市场。交通银行携手交银施罗德与易方达推出“货基实时提现”业务；平安银行推出“平安盈”，招商银行尝试涉足 P2P；广发等银行试图通过淘宝店销售理财产品等。近日，中国工商银行互联网金融战略发布会上，行长易会满变身“易布斯”，推出工行的互联网金融产品，宣布工行将全产业链推向网络，反扑互联网金融。

互联网金融将改变传统金融机构经营方式、竞争理念，进而重塑传统金融生态模式。互联网介入金融行业，不仅为其带来了便利，也给金融行业带来了惊喜和挑战。一种新的金融模式的诞生、一种全新的体制的产生必然会冲击着传统金融的发展，我国金融业大胆寻求突破，在支付、融资、投资理财、保险等方面陆续出现“微改变”，随着互联网金融的发展以及进程的推进，新模式也将加快传统金融的转型升级脚步。

时代的先锋：余额宝

在全民投资时代，投资成为人们生活中不可缺少的部分，而人们选择投资的渠道不外乎股票、期货、贵金属、基金、银行的理财产品等。可对于老百姓来说，股票、期货、贵金属等虽然收益可观，但投资风险过高，市场行情很难判断，如果出现失误可能会造成很严重的损失；基金、银行的理财产品相对风险较低，可是起投金额动辄几万、十几万，甚至更多，这让很多想投资理财的普通百姓望而却步。

如果你只有 100 元钱，也想做点投资，在任何银行和金融机构中，是找不到合适的投资工具的，而余额宝却可以帮助你解决这样的难题。根据支付宝官方网站显示，余额宝是支付宝为个人用户推出的一项余额增值服务。用户把资金转入余额宝即视为向基金公司等机构购买相应理财产品，并享有货币基金的投资收益。余额宝首期支持天弘基金“增利宝”货币基金，以支付宝为唯一直销推广平台。

2013 年 6 月，阿里巴巴旗下的支付宝联合天弘基金推出的货币基金型的互联网金融理财产品“余额宝”，其近 7% 的年化收益率以及 1 元

第一章 揭秘互联网金融的前世今生

即可投资的低门槛，受到了广大投资者的疯狂追捧，成就了其强大的吸金能力，短时间内迅速成为互联网金融发展的先锋。如果说“互联网金融”是2013年财经领域的主要关键词，阿里巴巴和天弘基金联袂推出的余额宝，无疑仍是目前最为典型的标杆产品。

阿里巴巴集团对于金融领域的渐次布局，被视为“抢走了银行的饭碗”。民生银行行长洪崎表示，不可小看阿里巴巴的能量，阿里金融对银行业已经形成挑战了。截至2013年年末，从成绩单来看，余额宝的成功，让其对接的天弘增利宝货币基金规模达到1853亿元，天弘基金也借此管理规模达到1944亿，顺利登顶业内第二大基金公司。短短半年时间，天弘基金排名由第50名升至第2名，仅次于华夏基金。

“余额宝是互联网和基金理财产品融合创新的产物，用户在支付宝网站内将资金转入余额宝，就是购买了天弘基金的增利宝货币基金。”阿里小微金服集团国内事业群总裁樊治铭这样解释了余额宝的功能和定位。

其实，余额宝是将基金公司的基金直销系统内置到支付宝网站中，用户将资金转入余额宝的过程中，支付宝和基金公司通过系统的对接将一站式为用户完成基金开户、基金购买等过程，支付宝账户上的钱可以随时消费和转账，但是没有利息。可一旦把钱从支付宝账户转到余额宝，支付宝公司就自动帮用户把钱买成名为“天弘增利宝货币”的货币基金，这样一来用户在余额宝里的钱就可以得到货币基金的收益，同时支付宝还允许用户直接用余额宝里的钱进行消费，如果用户选择使用余额宝内的资金进行购物支付，则相当于赎回货币基金。

余额宝用户可以从1元钱起买，资金随时可以转入和转出，又能获

得收益。所以，余额宝一经推出就被认为是互联网金融“神器”。

余额宝的优势远不止这些。

随时使用。比如说银行卖一个理财产品，用户想到柜面办理理财业务。但是，现在去银行买理财往往要排队。余额宝作为重要的基金创新产品，增加了资金的流动性。该产品受到投资者的推崇，是因为不管用什么银行卡，不管用什么支付方式，都很容易购买余额宝这个理财产品。另外，你可以通过余额宝进行信用卡还款、网上购物。但是从应用来讲，余额宝最大的成功就在于它丰富了应用产品，所有天猫的支付、淘宝的支付都通过余额宝来对接。尤其是在推出手机客户端之后，全天 24 小时可以真正实现和银行账户的资金转移，随时随地理财，假如急需用钱时，可以选择快速赎回功能，资金可以实时到账。

具有较高收益。其推出后以近 7% 的年化收益率，比同期活期存款的收益率高数倍，对银行形成直接冲击，用户存款搬家或许将会逐渐展开，并成为金融界的突破。“屌丝”、小白领，也似乎看到一条发财致富的道路。

门槛无限低。余额宝的方式极为灵活，业务开通方便，可以随时赎回用于消费支付或提现，在具备活期存款流动性强，使用方便的特性的同时，却又可以让客户获得较高的收益。余额宝的门槛降到 1 元，大大降低了投资门槛，是互联网金融的一个创新，一发不可收拾，余额宝在短短一年时间用户过亿，资金总额超过 5400 亿。

余额宝是金融领域的一大创新，它推动传统金融行业变革，开启了一个全新的领域，标志着互联网金融时代的到来。

谁动了银行的奶酪

马云曾经讲过，“如果银行不改变，我们就改变银行”。互联网金融的热潮在中国刮起了一阵金融风暴，余额宝的出现，似乎又一次兑现了马云的豪言壮语。互联网金融的创新之举冲击着传统金融业的发展，甚至严重“威胁”着银行的业务，也有人比喻说银行躺着赚钱的时代已经过去了。

从“余额宝”到“活期宝”再到“现金宝”，从阿里巴巴到腾讯再到苏宁，互联网企业不断刮起金融创新旋风，其新兴的互联网金融产品变得炙手可热。余额宝是2013年6月13日由阿里巴巴集团支付宝上线的存款业务，被认为是继支付宝之后又一次改变互联网金融的历史性事件。通过余额宝，用户存留在支付宝的资金不仅能拿到利息，而且和银行活期存款利息相比收益更高。

张阿姨本打算去银行存一小笔钱，可25岁的女儿劝她把钱放到余额宝里，说收益更高。张阿姨对这种“新玩意”还是抱着怀疑的态度：钱不存银行，连门都不用出，在网上操作就能有收益？经女儿劝说，张阿

姨还是尝了一把“鲜”。结果没几天，她就在电脑里看到，存5万元每天收益6元多，比存银行的收益还高。过去人们习惯把钱存在银行，不但存取、转账非常麻烦，而且收益也不及余额宝高。同样一笔钱，手机转一下，就能获取比银行活期利率还高的收益，谁会不用？

其实，余额宝只是互联网金融最具代表性的产品之一。近年来，国内各大互联网公司争相跨界到金融领域，网上保险、网上基金、网上贷款等产品如雨后春笋，互联网金融大有颠覆传统金融之势。

国务院发展研究中心金融研究所所长张承惠认为，互联网金融的发展会对传统的金融体系，尤其是银行体系产生重大的冲击。在银行的存款方面，这种冲击已经显现，因为大量的消费者把资金用在各种各样的互联网金融商品上，会影响银行吸收存款的增长速度。

李先生刚从老家来北京，想用老家的存折在北京某银行取现，却发现现在本行异地存折取现居然是件极其复杂的事情。银行工作人员告诉李先生，柜台无法查询异地存折金额，办不了取现业务，建议李先生去支行网点办理异地托收业务。李先生只好转道支行，折腾了一天才把钱取了出来。

当互联网金融兴起后，用户存款用不着一定要去网点了，如果以后贷款可以通过网络解决的话，为什么我们还要去银行排队呢？这对于传统银行是巨大的冲击。小杰是一家服装店的老板，最近，她打算在市区的繁华的地段再选一个店面，开家分店。但店面租金昂贵，并且需要一次性付清，小杰决定去银行贷款8万元。一个月时间里，她走访了多家银行的网点，因为小杰没有房产等抵押物，这些银行基本都不会给小微企业贷款。

第一章 揭秘互联网金融的前世今生

在遍寻无果的情况下，小杰在朋友的推荐下选择了一家互联网金融公司，在其网站上填写了详细资料，并说明了自己的借款意图，提供了自己的信用记录、过去半年的营业流水记录和纳税证明等单据，5个工作日后，小杰顺利地拿到了8万元借款。互联网金融的出现，为那些传统银行无法覆盖的人群提供了更便捷、快速的借款业务，为一些小微企业和个人创业者提供了资金支持。以阿里小贷为代表的网络贷款模式浮出水面并逐步走向成熟，且由于对其平台上的小微企业无须抵押，方便快捷，所以增长速度迅猛，威胁到银行传统小微贷款业务。

以支付宝为代表的第三方支付以及移动支付正在改变用户实现支付的接入方式，使顾客可以更方便地完成支付，传统的支付介质被新型支付方式所替代，而银行的传统支付结算业务受到巨大的冲击。如果作为一个中小企业，你的交易都是在大型的互联网公司上发生的，不管是阿里巴巴、京东还是苏宁，那么后边的支付难道还要再给银行写支票吗？

“可以一日无银行，但不可一日无网络。”面对互联网行业的跑马圈地，传统银行迎来了一轮巨大的冲击波。特别是在“80后”“90后”成为社会主流的当下，互联网的重要作用不言而喻。互联网金融如此方便、省时，单凭这个优势，就足以吸引更多用户。“现在年轻人工作压力大，经常加班，没时间逛街购物。只要轻轻一点鼠标，就能在网上购物，快递公司还能送货上门，多方便啊。”一位网友表示。

“互联网金融的发展对整个银行业的发展产生了极其重要的影响，并进一步改变着银行业的服务方式、管理模式和竞争格局，使传统银行业发生着一场革命性的变革。”互联网所带来的“创新基因”，给银行带来了创新的动力，引发了银行对自身经营模式的重新思考。招商银行

原行长马蔚华表示，互联网金融具有的独特优势，将对传统商业银行的竞争行为产生深远的影响，在银行业长期发展过程中发挥鲶鱼效应，包括改变银行传统盈利模式、调整业务结构、改变客户基础、改善服务水平、建立和引入新的信息管理系统等。

种种迹象表明，面对金融业的重新“洗牌”，互联网金融不可小视。目前，互联网金融业正从单纯的支付业务向转账汇款、跨境结算、小额信贷、现金管理、资产管理、供应链金融、基金和保险代销、信用卡还款等传统银行业务领域渗透。

面对互联网金融的汹涌来袭，银行要学会坦然接受挑战，更加重视信息化建设，深入挖掘客户信息，注重积累、整理、分析客户数据信息，在此基础上对客户进行细分，针对不同的客户群体开展精细化服务。

面对新变化、新挑战、新机遇，金融业特别是银行业应该以更加开放的姿态拥抱互联网金融，推动金融网络化与互联网金融的双轮驱动，更好地促进金融业的升级转型。不过，互联网金融虽然已经触动到中国的传统金融行业，但却并不能完全代替金融业。业内人士分析，互联网不可能颠覆传统的金融，它是对现在金融业的一个有效补充和发展，给中国金融变革以动力和启发。

第二章

大数据开启互联网金融新时代

大数据是什么

“靠今天这样的机制，我不相信还能够支撑 30 年以后中国所需要的金融体系。”这是马云在一次互联网金融大会上发表的又一预言。他直言银行没有发挥好手中的牌照作用，并表示希望利用互联网的大数据去改造银行业。

金融业是大数据的重要产生者，交易、报价、业绩报告、消费者研究报告、官方统计数据公报、调查、新闻报道无一不是数据来源。相对于传统金融，大数据金融使得抵押贷款模式逐步被信用贷款模式所取代。正如《经济学人》的一篇报道描述的那样：以前，这些数据存储在不同的系统当中，如财务系统、人力资源系统和客户管理系统，老死不相往来。现在这些系统彼此相连，通过数据挖掘技术，就可以获得一幅关于企业运营的完整图景。

基于大数据的优势，电商、电信运营商、互联网企业纷纷利用大数据金融涉足金融产业。发展跨界大数据金融业务，是指利用大数据开展的金融服务，即针对海量数据，经过互联网、云计算等信息化处理方式，

第二章 大数据开启互联网金融新时代

结合传统金融服务，开展资金融通、创新金融服务。

大数据之所以这么火热，是因为它与普通大众的生活之间，相较于其他 IT 术语似乎有着更为密切、更具传奇色彩、更为深厚的关系。互联网上的数据每年增长 50%，每两年便将翻一番，而目前世界上 90% 以上的数据是最近几年才产生的。过去以线下为主的人类的一切活动是分散的、无轨迹可循的、难以把握的。通过耗费人力物力跟踪调查了解，又是被动的，往往时效性、准确性等非常之差。而现在互联网线上的一切活动几乎都是可主动抓取获得、有轨迹可循，而且是瞬间可以准确抓到，可以及时分析挖掘的。

据 IDC（互联网数据中心）预测，到 2020 年全球将总共拥有 35ZB 的数据量。互联网是大数据发展的前沿阵地，随着 Web2.0 时代的发展，人们似乎都习惯了将自己的生活通过网络进行数据化，方便分享以及记录并回忆。基于某种服务所积累的数据价值在贬值，数量再多也算不上大数据，只有互联网中全面的数据才有深度整合利用的价值。

当世界的万事万物都化为数据存在，当各种产品和服务都已网络化和数据化，当五花八门的数据终端普及千家万户，是否以自己为中心提供各种网络服务已经变得没有过去那么重要，而获取和利用他人服务所产生的数据变得更加重要。

那什么是大数据？即巨量资料（big data），或称大数据、海量资料，指的是所涉及的资料量规模巨大到无法通过目前主流软件工具，在合理时间内达到摄取、管理、处理，并整理成为帮助企业经营决策的资讯。也就是说，大数据就是互联网发展到现今阶段的一种表象或特征，在以云计算为代表的技术创新大幕的衬托下，这些原本很难收集和使用的数

据开始能够被利用起来了，通过各行各业的不断创新，大数据会逐步为人类创造更多的价值。

2011年5月，麦肯锡全球研究院发布的报告《大数据：创新、竞争和生产力的下一个新领域》中提出：“数据，已经渗透到当今每一个行业和业务职能领域，成为重要的生产因素。人们对于海量数据的挖掘和运用，预示着新一波生产率增长和消费者盈余浪潮的到来。”

业界（IBM最早定义）将大数据的特征归纳为四个“V”（量 Volume，多样 Variety，价值 Value，速 Velocity），或者说特点有四个层面：

第一，数据体量巨大。大数据的起始计量单位至少是PB（1024TB）、EB（100多万TB）或ZB（10多亿TB）。

第二，数据类型繁多。比如，网络日志、视频、图片、地理位置信息等等。

第三，价值密度低，商业价值高。

第四，处理速度快。最后这一点也是和传统的数据挖掘技术有着本质的不同。

经过多年的发展与积累，目前国内金融机构的数据量已经达到100TB以上级别，并且非结构化数据量正在以更快的速度增长，开始迈入大数据时代。金融业也高度依赖信息技术，是典型的数据驱动行业。互联网金融环境中，数据作为金融核心资产，将撼动传统客户关系、抵质押品在金融业务中的地位。

“大数据是大金融时代的奠基石！”谈及大数据对于银行金融创新的意义，知名经济学者郭凡礼说道，“大数据将引领银行、保险、基金、证券等各领域的大融合，混业经营有望逐渐取代分业经营。而作为渠道

第二章 大数据开启互联网金融新时代

最广、信誉度最高、服务能力最强的金融机构，银行业有望凭借大数据的支撑进一步稳固自身地位，金融产品创新、金融业务整合都将以银行为中心来展开。”

金融机构在大数据应用方面具有天然优势：一方面，金融机构在业务开展过程中积累了包括客户身份、资产负债情况、资金收付交易等大量高价值密度的数据，这些数据在运用专业技术挖掘和分析之后，将产生巨大的商业价值；另一方面，金融机构具有较为充足的预算，可以吸引到实施大数据的高端人才，也有能力采用大数据的最新技术。如今世界正在步入大数据时代，为传统金融业提供了不可多得的战略空间和机会。

“数据 + 金融”模式

数据一直是信息时代的象征，科技的发展就是如此任性，无论你怎么理解和解释大数据一词，它都像影子一样紧随着我们的一举一动。大数据一词越来越多地被提及，人们用它来描述和定义信息时代产生的海量数据，并命名与之相关的技术发展与创新。当越来越多的传统行业向“互联网+”的风口进军，以“大数定律”为宗旨的金融业也看到了大数据时代带来的新机遇，一系列的内部改造正给这个庞大的金融行业带来变革。

2011年5月，麦肯锡全球研究院发布了报告《大数据：创新、竞争和生产力的下一个新领域》后，大数据的概念备受关注。此后，围绕大数据行业实际应用，金融及互联网企业的摸索之旅纷纷启程。阿里巴巴、慧聪、京东这样的电商强者，均迅速建立起各自的金融体系，开始新一轮的跑马圈地。

首先登场的应该是拥有庞大数据库并有意进军金融领域的阿里巴巴，数据库是阿里金融的最核心资产。继2008年马云发出“如果银行不改变，

那我们改变银行”的豪言壮语后，阿里巴巴的一系列调整让人眼花缭乱，从 B2B（企业对企业）私有化到小贷崛起，从“三马”合作到收购雅虎，阿里巴巴的“平台金融”模式实现了资金流、信息流、物流的“三流合一”，实现了金融创新。

“平台金融”模式，是依托互联网信息技术，借助平台向企业或个人提供快速便捷的金融服务。对接平台客户，将金融服务嵌入企业日常经营全过程，实现企业经营信息、交易信息、结算资金、信贷资金的整合交互，通过信息流、资金流、物流的整合，从根本上突破信息不对称难题，为平台客户及其上下游和周边的小企业客户提供全流程电子化金融服务，创新了小企业金融服务模式。

早在 2007 年，阿里巴巴就与建行共同推出一个专注于小企业的贷款计划。此前，阿里巴巴以淘宝为平台，积累了用户的信用数据，并已经将其应用在了其小贷业务中，这背后是阿里巴巴大数据计算能力的支撑。阿里巴巴通过大数据技术自动分析判定是否给予企业贷款；而建行坐拥巨额资金，希望贷款给毫无信用历史的小企业。“阿里利用了大数据和信息流，实现金融信贷审批，与银行相比，极大提高了贷款效率。”易观国际分析师张萌表示。到 2012 年年底，阿里巴巴累计服务小微企业已经超过 20 万家，放贷 300 多亿元。到 2013 年初，阿里金融业务已经形成了支付、小额贷款、担保、保险，几乎金融全产业链规模。

当以阿里巴巴为代表的“平台金融”模式风生水起时，越来越多的企业开始关注并布局这一领域，并且依靠雄厚的资金实力、灵活的放款方式以及大数据资源等优势，开始各领风骚。

拥有完整供应链企业资源的电商企业自建金融平台，为供应链上下

游企业提供金融服务。京东就是其中最具代表性的企业之一。所谓供应链金融，是指在对供应链内部的交易结构进行分析的基础上，运用自偿性贸易融资的信贷模型，并引入核心企业、物流监管公司及资金流导引工具等新的风险控制变量，对供应的不同节点提供封闭的授信支持及其他结算、理财等综合金融服务。

京东供应链金融服务于2012年11月27日上线，京东商城与中国银行北京分行签署战略合作协议，双方将向京东的合作供应商提供金融服务。京东当时供应商超过1万家，此举的目的是通过提供融资支持，帮助供应商加快资金流转。对于互联网公司，特别是电商涉足金融，业内早有共识，其最大的优势在于对交易数据的收集和应用。有互联网金融业内人士表示，京东拥有自建物流体系，拥有完整的基础数据。在大数据基础上进行自动审批和放款、自动监控风险，将提高京东平台上供应商的黏性。有业内人士认为，“未来，如果它要做大，资金将会面临巨大压力，这可能是小贷公司没办法满足的。因为小贷公司还是会有一个重要的限制，虽然有杠杆，可以向银行贷款，但还是需要依靠自有资金。”

供应链金融业也为京东带来了丰厚的收益。据了解，京东将提供针对采购、入库、结算前、扩大融资的四个融资产品。链的不同节点提供封闭的授信支持及其他结算、理财等综合金融服务。京东CEO刘强东此前表示，将以电子商务为基础，完善多元化发展。京东的三个新业务方向为物流平台、技术平台和互联网金融业务，这些将与电子商务共同成为拉动京东向前的“四驾马车”。

大数据时代下，“数据+金融”模式已经悄然兴起，尤其是在金融领域，逐渐流行开来。随着数据价值越来越被认可，尤其是在金融企业业务转

第二章 大数据开启互联网金融新时代

型时期，基于数据的业务及内部管理优化使得金融领域的大数据应用市场规模在未来几年将以高于整体水平的速度增长，从而创造一个低成本、信息完全对称、服务个性化的市场结构。

无数据，不金融

互联网的发展和信息爆炸已经将我们推入了以大数据为新特征的信息社会，从现代信息技术的潮流看，近两年来全世界掀起了一波大数据的浪潮，美国总统奥巴马宣布了“大数据的研究和发展计划”，欧盟也明确提出了“开放数据战略”。互联网上每分每秒都有热腾腾的数据新鲜出炉，只要地球上还有电，互联网上的数据就会源源不断地产生，数据爆炸性增长催生了大数据技术的出现，大数据已经不再只是实验室的研究课题，它已经冲击着社会，并对商业实践产生颠覆性的影响。

麦肯锡全球研究院的一份报告中说道：“数据，已经渗透到当今每一个行业和业务职能领域，成为重要的生产因素。人们对于海量数据的挖掘和运用，预示着新一波生产率增长和消费者盈余浪潮的到来。”随着经济的快速发展和科技的不断进步，互联网技术得到了飞速发展，大数据作为互联网快速发展的核心特征，对互联网金融的快速发展有十分重要的作用。

第二章 大数据开启互联网金融新时代

大数据成为互联网金融创新的奠基石。通过互联网的创新、互联网的技术，特别是互联网的数据，大数据能够渗入互联网金融产品的生产领域，能真正起到关键作用和创新作用，对互联网金融核心创新起到推动作用。大数据的基本特征是数据的收集和信息的处理，而这也是互联网金融模式的核心，数据收集能力和信息处理能力对金融业务的成本控制、风险控制有很大的影响，大数据的应用能有效地促进互联网金融的创新。基于大数据技术的金融服务，支撑更迅速、决策更灵活，能够带来更贴近客户需求的金融产品创新与营销。

数据的应用让信息更公开，大数据时代的来临提供了破解信息不对称的可能性，打破了金融机构垄断客户信息的状况，使得中小型、区域型金融机构与大型、全国型金融机构站在同一层次竞争，迫使中小机构转型开展差异化竞争，否则将难逃被淘汰的结局。只有社会公共数据信息真正实现联网、透明与共享，建立真实数据生产的体制，大数据在金融领域的广泛应用才能拥有较适宜的生态环境。

阿里小贷凭借自己强大的数据应用，仅用了三年时间就已经取得了惊人的成绩，累计放贷 1200 亿，户均余额只有 3.8 万，贷款逾期率也只有 0.92%。总经理娄建勋说：“放贷是基于淘宝、天猫、阿里巴巴等电子商务平台上积累的大量数据，比如消费者的搜索、比价、物流信息，商户的采购信息等，通过大数据技术对这些数据进行建模分析，对客户信用进行评价，发放纯信用贷款。”通过对平台数据的挖掘，阿里小贷省去了大量的人工调查成本，能够做到这些，完全得益于阿里电子商务平台上的各种数据。娄建勋介绍道：“支撑阿里小贷日常数据分析，只需要 6 台计算机，每台造价 8 万元，而放一笔几块钱的贷款跟放一笔十

几万的贷款，所花费的成本没有区别。”

大数据的应用优化了客户体验，降低了管理和运行成本。通过多年的探索，企业利用大数据技术实现金融服务创新，通过大数据应用和分析，企业能够准确地定位内部管理缺陷，制定有针对性的改进措施，采用更合理的管理模式，进而降低管理和运营成本。有行业专家指出，大数据金融更趋向于互联网化和移动互联网化，互联网金融实行以客户需求为中心倒逼营销创新，创造了以客户为中心，“量身定做、集中开发、批量作业、集中管理”的大数据、互联网化的营销新模式。此外，大数据还提供了全新的沟通渠道和营销手段，可以更好地了解客户的消费习惯和行为特征，及时、准确地把握市场营销效果。

不仅在获客方面，大数据在面对大批量客户的风险控制方面，也有着得天独厚的优势。互联网可以在法律和道德所容许的范围内捕捉信用评估所需要的个人或群体的行为信息，并将这些繁杂的信息提供给大数据作业系统进行处理，完成对个人或群体的信用价值的评估分析。

有了互联网、云计算和大数据技术，企业在各类风险的量化分析、建立标准化的数据分析模型和提高审批效率等方面，都获益匪浅。大数据和金融体系更加紧密联合，金融机构将客户消费行为、金融活动和财务状况进行分析匹配，实现对客户“量身定制”个性化金融产品和服务，有利于信贷风险控制。

历史的经验告诉我们，大数据对金融业的影响将是深远的。业务转型的关键在于创新，大数据技术正是金融机构深入挖掘既有数据，找准市场定位，明确资源配置方向，推动业务创新的重要工具。大数据给互

第二章 大数据开启互联网金融新时代

互联网金融带来了金融服务和产品创新，优化了用户体验，创造了新的业务处理和经营管理模式，促进金融的开放性，进而为金融监管和宏观调控等方面提供新的解决方案。

社交网络颠覆互联网金融行业

据相关数据显示，目前中国互联网用户中，超过 50% 的用户使用社交网站，人均浏览页面量远高于其他形式的网络应用。在移动 APP（手机软件）应用中，社交网络应用占到 32%，仅次于游戏。从 Facebook（脸书）到人人网、开心网，从 Twitter（推特）到新浪微博、腾讯微博，社交网络已经成为互联网发展的主推手，同时也引来了众多 IT、互联网巨头的围观、抢食。

自 2014 年春节微信红包突然爆发之后，不仅马云感慨遇到了珍珠港偷袭，所有和金融沾边的公司都在想办法把社交和金融联系在一起。2015 年春节，支付宝、微信的红包大战让这两家互联网巨头在朝夕之间聚集大量人气，仅除夕夜的参与人次就分别达到 6.8 亿人次和 10.1 亿人次。中央财经大学黄震教授表示，“微信红包是从电商金融到社交金融转折的一个里程碑”。社交网络无疑是未来任何重大互联网战略的关键元素之一，做互联网金融，拼的是大数据，而庞大的用户群则是基础。

腾讯有 QQ 和微信，在微信已构建的社交网络上，推出微信红包，

第二章 大数据开启互联网金融新时代

其最主要的社交功能体现在冷冰冰的金钱在朋友圈中变得不那么冷，以往朋友间谈钱色变的尴尬情景得到有效缓解。借助节日喜庆的时间点，沿袭过年发红包的传统，广泛应用于微信平台，强化社交属性，让人们在互联网世界中也找到了现实世界中的亲切感。腾讯微信红包占尽“天时地利人和”，不仅实现移动互联网绑定银行账户的目标，“轻描淡写”地将电子支付从PC端推动至移动端，同时定调社交金融，通过社交推动资金应用，通过金融增强人际来往。

阿里巴巴则是凭借淘宝上的交易数据实现对用户大数据的把握。支付宝近日发布未来社交金融系统“到位”，2015年，愚人节当天，支付宝向外发布了一套全新的大数据系统，名为“到位”（alipay everywhere）。据称，用户可以在“到位”系统中发布各种个性化需求，并设置一定金额，系统经过大数据运算和精准匹配，瞬间就可以为其找到最适合响应需求的人，之后，结合手机的LBS（基于位置的服务）功能，“到位”会快速让供需双方找到彼此，促成交易。当然，“到位”希望促成的并非仅仅一笔冰冷的交易，也是打情感牌，拉近人与人的距离，在这个“得大数据者得天下”的互联网经济时代，能够详细准确地记录用户的行为和偏好是十分重要的。

而银行则希望充分发掘现有客户的大数据，并通过社交金融不断扩大自己的客户群。2014年，中国平安社交金融战略的创新产品“壹钱包”上线后，传统银行开始抢占社交金融领域。马明哲表示：“腾讯是从社交通信开始，到游戏，逐渐进入到各行各业，一直到金融。阿里从电商开始，逐渐到各行各业，一直到金融。平安呢？我们立足于金融，要做社交金融。”为此，马明哲亲自为“壹钱包”站台，详解其对互联网金

融的看法、平安的互联网金融战略布局和人才队伍。据介绍，“壹钱包”测试版主要具备转账支付和社交聊天功能，其将金融切入医、食、住、行、玩等生活场景，实现管理财富、管理健康和管理生活的功能。

Facebook 的中国“克隆版本”——人人网也正积极拓展其开放平台，纳入第三方开发产品以及与第三方网站链接。IT 技术在改变很多商业模式，社交化游戏和社交化电子商务是社交化革命浪潮的开端，下一波社交化革命浪潮将在金融行业和教育行业发起，这是人人公司 CEO（首席执行官）陈一舟的预判。陈一舟在一次采访中说：“我要做的是，在金融社交化的浪潮中，围绕我们的社交平台做文章，人人公司作为一家不断挖掘社交网络基础设施发展潜力的创新型公司，一直密切关注并参与其他的互联网业务，并利用‘实名社交’在规模上放大其产品的研发、市场推广和发布。社交游戏和社交电子商务是社交化革命浪潮的开端，下一波社交化革命改变的将是金融。”

社交网站服务的巨大吸引力，是企业间愿意合作的原因。社交精神与互联网金融思维紧密结合，推动互联网金融的发展。社交网络和社交媒体对金融行业的影响主要体现在通过互联网收集的大数据，利用精确度更高的信息来服务消费者。社交网络具有很强大的信息传播功能，云计算具有很强大的信息处理能力，搜索引擎具有很强大的信息检索能力，这些技术为创建成本低、更新快、精准度高的信息平台提供了有力的保障。专家指出，社交网络会改变过去信息交流的方式，这样就会对金融产品所有的交易结构，包括定量、定价、效率等产生影响。

云计算，金融业的新模式

近年来，云计算成为国内外理论界和实务界的一个热词。自 2011 年以来，一股云计算的浪潮席卷包括金融业在内的诸多行业领域。云计算思想的起源是麦卡锡在上世纪 60 年代提出的：把计算能力作为一种像水和电一样的公用事业提供给用户。云计算是指基于互联网的计算方式，通过这种方式，共享的软、硬件资源和信息可以按需提供给计算机和其他设备，通常涉及通过网络来提供动态、易扩展、虚拟化的资源，这意味着计算能力也可以作为一种商品通过互联网进行流通。

如今，在 Google（谷歌）、Amazon（亚马逊）、Facebook 等一批互联网企业的引领下，一种行之有效的模式出现了：云计算提供基础架构平台，大数据应用运行在这个平台上。从技术上看，大数据与云计算的关系就像一枚硬币的正反面一样密不可分。大数据必然无法用单台的计算机进行处理，必须采用分布式计算架构。它的特色在于对海量数据的挖掘，但它必须依托云计算的分布式处理、分布式数据库、云存储和虚拟化技术。

云计算作为人类社会进入互联网时代以来的一个新突破，给人类社会带来了无穷尽的方便与快捷。短短几年内，云计算已经从神秘的技术管理模式转变为能够改变企业业务模式、领导企业评估以及支撑业务增长的主导力量，特别是在金融市场。

云计算是互联网时代金融机构的技术后台，降低了金融机构的运营成本。云计算的最大优势就是利用并行计算、分布式计算和网格计算节约软、硬件资源，共享基础设施和数据信息降低金融机构各自建立信息处理系统的物力成本和费用。金融机构借助云计算、大数据、移动支付等新技术来寻求为资金供求双方提供低成本的、高效的服务模式。互联网金融要求金融机构的 IT 架构快速、弹性、安全、可靠。金融行业每天都在产生着海量的交易数据，但如何更好地处理这些数据是关键，需要引入新的计算模式来进行大数据分析，这样才能更好地利用用户所产生的海量数据来进行推演，分析客户行为等等，更好地为行业自身所用以及为客户服务。这种尝试，倒逼金融行业与拥有云计算、大数据、移动支付等新技术的互联网行业进行跨界融合，寻求金融产品和服务创新，进一步加快金融脱媒。

云计算满足了人们在互联网金融时代的不同需要，让金融服务更加个性化。传统金融行业的互联网服务，无法满足广大老百姓的全部需要。从针对金融行业的更细化的服务上看，阿里云的优势非常突出。阿里巴巴在电商领域经过十余年的发展，积累了海量交易记录、活性消费账户等数据信息。阿里云借助阿里集团金融领域的这些宝贵经验，向金融行业提供专属云计算解决方案，对于金融行业来说有非常大的吸引力。

余额宝上线仅一年，累计完成交易笔数超过 10 亿笔。目前，余额宝

第二章 大数据开启互联网金融新时代

规模已超过 2500 亿元，客户数超过 4900 万户。这无论在中国还是在全球的金融行业或者互联网金融行业，都是一个奇迹。余额宝经过数月时间运营，客户数上千万，数据量很大。与此同时，余额宝具有分时段的爆发增长的特性，基金有自己的交易时间，传统的模式是上午 9 点到下午 3 点之间，互联网平台提供的是 24 小时服务，每时每刻都可以做资金赎回的业务。余额宝第一期基于传统的 IOE 架构搭建，当时设计的体量是支持 1000 万用户量。阿里云为用户提供 7×24 售后故障服务，并提供快速的在线服务和多重数据保护。余额宝中体现最明显的是借用互联网的用户体验，这是和传统金融最大的区别。事实上，阿里云已经发展成为中国第一大云计算公共服务平台，运行着几十万家客户的电商网站、ERP（企业资源计划）、游戏、移动 APP 等各类应用和数据。

云计算打破信息垄断，降低了金融风险。金融行业拥有海量数据、客户资料及金融数据高敏感性、高保密性等特点，让金融企业必须格外严格、谨慎挑选云计算服务商，并且对于云计算服务在安全、稳定等方面的要求相对其他行业标准更高。金融机构构建云化的金融信息共享、处理及分析系统，可以使其扩展、推广到多种金融服务领域。金融机构能够更准确地挖掘隐蔽的经济趋势，提前预警并防范，一定程度上可以降低系统性金融风险的发生概率；金融机构也可以利用云端信息分析个别客户的信用情况，降低业务风险。目前国内外的云计算服务都还处在发展阶段，金融行业互联网化之路还很漫长，互联网金融同云计算等新的互联网技术共同成长，打造了一个高效、有创造力的产业。

云计算作为一种新兴技术，拥有广阔的发展前景，其在金融行业的应用将会极大地促进金融行业的发展，互联网金融在人们日常生活中扮

演越来越重要的角色，并将对人类金融模式产生根本影响。金融业是计算能力的使用大户，互联网金融模式下，每个参与者将面对更庞大的数据的处理。越来越多的金融机构借助着云计算的便捷性，使用各种强大的工具来分析处理这些数据，利用分析处理的结果来为自己的业务服务，金融行业通过云计算保障海量信息的处理已经是大势所趋。随着云计算、大数据等信息技术的发展，金融行业的创新将进入一个全新的时代。未来，云计算数据中心向成千上万个金融机构提供计算服务，金融行业产品和服务因为云计算技术而产生极大创新。

众商家进入大数据 3.0 时代

互联网金融依托于大数据、云计算、社交网络以及搜索引擎等互联网工具，实现资金融通、支付和信息中介等业务。在大数据和互联网等技术的运用下，不仅丰富了金融产品，催生了新的商业逻辑和业态格局，而且优化了客户体验。以客户为中心进行转变，弱化网点功能，逐渐改变金融行业的传统边界和竞争格局，催生出新模式。大数据的核心在于为客户挖掘数据中蕴藏的价值，因此，针对不同领域的大数据应用模式、商业模式的研究将是大数据产业健康发展的关键。

1995 年，全球第一家网络银行——安全第一网络银行（SFNB）在美国诞生，以网络银行为代表的互联网金融飞速发展。计算机技术在金融领域的大规模应用，实现了人们快速准确地处理金融业务、传递交易信息的需要。互联网上呈现海量信息，金融业务突破了时空因素的局限，降低了信息管理和交易成本，大大提高了服务水平与效率，让服务更加个性化。互联网金融进入大数据 1.0 时代。

进入 21 世纪，随着国内的腾讯、微博，海外的 Facebook 成长起

来，社交数据开始爆炸。互联网在金融业务中逐步应用，各类金融机构以此开发网络业务，金融交易商借此开展网上交易，金融服务的边界从一个私有区域扩展到无限的互联网空间，互联网金融走进大数据 2.0 时代。

信息通信技术的创新带来了互联网金融的兴起，形成了以互联网为资源，以大数据、云计算为基础的创新金融模式。从涉足消费类理财、个人信贷支付，到深入产业链金融，再到大数据分析和社交行为分析，核心资源是大数据。互联网金融的模式创新已经进入新阶段，大数据 3.0 时代已经到来。

九次方是一家以大数据为核心的公司，它成立于大数据的基础之上。起初，九次方是依靠 200 多人的地面部队，在全国撒网，收集拟上市公司的融资需求，并沉淀企业运营的相关数据。随着互联网技术的兴起，九次方可以更高效地进行数据收集和分析。目前，九次方的数据覆盖了 40 多个产业链、8000 多个行业、4 万多个细分市场的几百万家企业。针对每家企业，九次方都有 70 多个指标，进行交叉分析统计。有了这些数据，九次方就可以建立全国的企业大数据分析平台。“大数据有 3 个阶段：在数据 1.0 时代，社会大数据成就了谷歌、雅虎、百度；数据 2.0 时代，消费社交大数据成就亚马逊、eBay、阿里巴巴、腾讯；数据 3.0 时代，则是属于企业大数据的机会，而这还只是刚刚开始。”九次方 CEO 王叁寿认为，这便是九次方的机会。

如今，大数据技术已经应用到越来越多的领域，由此形成的是现实和虚拟共存的局面。让数据最终形成服务，这是云计算最终的目的。大数据从一个成熟的技术走向大众应用的过程中也将面临一些问题。“技

第二章 大数据开启互联网金融新时代

术的发展，尤其是大数据技术的出现，使得未来信息系统的建设不再是以应用为核心，而是以数据为核心。今天所有的应用都需要基于数据去创新。”浪潮集团执行总裁兼 CTO（首席技术官）王柏华表示。

大数据时代的来临将在众多领域掀起变革的巨浪，推动互联网金融快速进入大数据 3.0 时代。随着互联网金融技术的进步和快速应用，各大商家都在结合自身的业务、渠道和品牌，加快推动创新和转型，寻求合作共赢。

走入 3.0 时代，阿里金融的再度创新，借助的还是大数据的优势。如阿里巴巴计划推出针对买家的虚拟信用卡，根据用户交易记录进行授信，用于在淘宝等平台购物支付；付费最长 38 天免息，向签约商户收费 1%。阿里数据库中的 8000 万用户，将成为这一新型信用卡业务巨大的市场潜力。在此，阿里关于大数据重在“分享而非分析”的新话题显然不是重点，面对不同行业需求现状，构建符合行业应用特点的大数据平台才是关键。

两只老虎推出互联网生活方式投资解决方案，该解决方案通过 P2L2P（peer to life style to peer）模式，将传统 P2P（个人对个人）金融服务与生活消费服务结合，满足投资人和借款人双方的财富、生活和社交需求。两只老虎 CEO 姚欢认为：“互联网金融的竞争，1.0 阶段是平台竞争，2.0 则在于垂直和细分领域，3.0 就需要跨界对产业链进行整合，打造商业闭环。P2L2P 模式就是互联网金融的 3.0 版本，形成将互联网、大数据、网络征信与传统金融业、生活消费业、社交平台整合的解决方案。”

建立在大数据技术基础上的互联网金融，具备开放、平等、协作、分享的互联网精神，为原本严谨、保守的传统金融领域注入活力。现在

一本书读懂互联网金融

不仅仅是互联网公司或者电子商务公司利用数据分析创造新产品和新服务，任何行业都在这样做。互联网金融的一系列先天优势，吸引互联网大佬们先后参与到这场改革中，新时代的竞争就是大数据的竞争。

第三章

第三方支付，互联网金融的核心

互联网金融的推动者

在市场经济时代，经济和社会活动都离不开交易，促成交易完成的最后一步是支付。随着科技进步与制度创新，尤其是电子商务的发展，支付成了关键所在，传统金融行业在加速互联网化的同时，一些非金融机构尤其是互联网机构也开始提供部分金融服务。自 1998 年以来，伴随着易趣网、当当网、阿里巴巴、卓越等一大批电子商务网站的诞生，网上交易信用问题亟待解决。第三方支付初现时，主要提供在线网银支付，传统金融行业的支付组织、支付工具、支付形式和支付功能的实现，与互联网时代的支付需求拉开了巨大的差距，从而促成了第三方支付的发展。如今，随着支付行业的发展，特别是近年来移动支付的发展，线上和线下的概念逐渐被打破。

第三方支付是什么？根据央行 2010 年在《非金融机构支付服务管理办法》中给出的非金融机构支付服务的定义，从广义上讲第三方支付是指非金融机构作为收、付款人的支付中介所提供的网络支付、预付卡、银行卡收单以及中国人民银行确定的其他支付服务。第三方支付已不仅

第三章 第三方支付，互联网金融的核心

仅局限于最初的互联网支付，而是成为线上线下全面覆盖，应用场景更为丰富的综合支付工具。

其实，第三方支付就是一些和产品所在国家以及国外各大银行签约，并具备一定实力和信誉保障的第三方独立机构提供的交易支持平台。在通过第三方支付平台的交易中，买方选购商品后，使用第三方平台提供的账户进行支付，由第三方通知卖家货款到达、进行发货；买方检验物品后，第三方再将款项转至卖家账户。在这个支付过程中，第三方支付平台使网上商家和银行之间建立起连接，实现第三方监管和技术保障的作用，有效地保障了交易信用、货品质量以及合理退换，并在整个交易过程中对交易双方进行约束和监督，又通过与多家银行建立合作关系降低了客户资金转移成本、打破各银行卡间的交易壁垒，提高了交易效率。

1999年3月，首信易支付公司的正式营运标志着我国第三方支付行业的起步，该公司是中国最早成立的第三方支付平台，也是中国首家实现跨银行、跨地域提供多种银行卡在线交易的网上支付服务平台，支持全国范围数十家银行，拥有千余家大中型企事业单位、政府机关、社会团体组成的庞大客户群。首信易支付（Pay Ease）也是国内最早获VISA国际银行卡组织颁发的QSP资质认证的企业，支持全球范围4种国际信用卡在线支付，平台还与覆盖全球的支付平台Cyber Source进行了对接，使用范围扩展到了全球。

第三方支付平台是马云在2005年瑞士达沃斯世界经济论坛上首先提出来的，他在会议中表示，电子商务，首先应该是安全的电子商务，一个没有安全保证的电子商务环境，是没有真正的诚信可言的。而要解决诚信问题，就必须先从交易环节入手，彻底解决支付问题。提供的资

料显示，2006 年全年，淘宝网的交易总额突破 169 亿元人民币，超过沃尔玛当年在华的全年营业额（99.3 亿元）。2004 年 12 月，由阿里巴巴集团 CEO 马云创立的支付宝（中国）网络技术有限公司，积极开拓第三方支付市场。支付宝不仅从产品上确保用户在线支付的安全，同时让用户通过支付宝在网络间建立起相互的信任，为建立纯净的互联网环境迈出了非常有意义的一步。支付宝推出仅一年时间，用户就覆盖了整个 C2C、B2C、以及 B2B 领域。截至 2013 年年底，支付宝实名制用户已近 3 亿，其中有 1 亿用户将主要支付场景转向支付宝钱包，移动支付总金额超 9000 亿元，已超过硅谷两大移动支付巨头 PayPal 和 Square 移动支付 3000 亿元的总和，成为全球最大的移动支付公司。

2005 年下半年，全球最大的第三方支付公司 PayPal 进入中国。在上海建立了全球第 14 个本地化网站贝宝，向阿里巴巴旗下的支付宝宣战。任何人只要有一个电子邮箱地址，就可以方便而安全地使用 PayPal 在线发送和接收付款，避免了传统的邮寄支票或者汇款的方法带来的不便。支持 190 多个国家和地区的交易，支持 20 多个币种，PayPal 快速、安全而又方便，是跨国交易的理想平台。

2006 年 3 月，为了给 QQ 用户群提供安全、便捷、简单的在线支付服务，腾讯公司推出腾讯财付通，财付通作为在线支付工具，在 B2C、C2C 在线交易中，起到了信用中介的作用，同时为 CP（内容提供商）、SP（服务提供商）提供了在线支付通道以及统一的计费平台，解除了个人用户和广大商家的安全顾虑，保证了在线交易的资金和商品安全。财付通为用户在线消费创造了更大的价值需求，将我国第三方支付企业市场进一步扩大。

第三章 第三方支付，互联网金融的核心

中国第三方支付市场的核心业务是线上支付，该业务从 2004 年开始进入加速发展阶段。随着快钱、易宝、石同等在内的一大批国内专门经营第三方支付平台的公司纷纷出现，我国第三方支付市场呈爆发式增长，特别是 2010 年中国人民银行《非金融机构支付服务管理办法》及《非金融机构支付服务管理办法实施细则（征求意见稿）》的出台，第三方支付市场结束了原始成长期，被正式纳入国家监管体系，拥有合法的身份。

业界人士分析，金融是整个商业的血脉，而支付则是金融交易环节里边的“最后一公里”，是基础的金融服务。第三方支付固有的互联网属性，提升市场效率和信息透明度，助力传统行业创新，同时弥补传统金融服务的不足。在互联网进入深水区，支付的发展打破线上线下界限，同时也推动着互联网金融的创新。

从网购到第三方支付的兴起

在国外，网上购物已经代替了不少人逛超市的习惯，人们只要在网上下单，所需的东西就会送到家里。相关调查表明：由于远离拥挤、堵车、排队付款等麻烦，且随着电子商务活动交易制度的日渐规范和完善的安全保障，更多的消费者正在走出国美、家乐福等大型商超，在易趣、淘宝等线上通道进行在线购物。网购是互联网、银行、现代物流业发展的产物，通过互联网检索商品信息，并通过电子订购单发出购物请求，然后填上私人支票账号或信用卡号，厂商通过平邮的方式发货，或是通过快递公司送货上门。

1996年，来自加拿大的一位商人在北京通过互联网在燕莎友谊商城购买了一个景泰蓝“龙凤牡丹瓶”，创下了中国第一次网络购物纪录，中国的“网络购物”由此起步。从此，人们不必亲自去商场，在家里通过网络“逛店”、选货以及付款，这种互联网时代的“网上购物”正在中国悄然兴起。网购的出现，打破了传统的购物方式，如今，小到卫生纸、肥皂盒，大到家具、电视、空调，甚至10多万元一颗的钻石都可以在购

第三章 第三方支付，互联网金融的核心

物网站上看到，消费者足不出户便可以买到任何需要的产品，网络正在逐渐改变人们的购物习惯，引领其他互联网应用发展，成为中国互联网发展的突出特点。

2011年，随着团购等网上购物的兴起，我国网络购物应用进入较快发展时期。一方面，团购作为新型商务交易类应用实现了244.8%的用户增长率。另一方面，在较多网络应用服务使用率下降的同时，商务类应用渗透率依然保持稳步提升态势，网络购物、网上支付、网上银行用户规模实现较快增长。

网上购物跨越了时空的限制，给商业流通领域带来了非同寻常的变革。网上购物之所以越来越发达，除了与网上商品越来越丰富有关外，与网上购物的付款方式越来越简单、便捷也是密不可分的。付款容易，买卖自然畅通无阻。传统的支付方式如银行汇款等，都需要购买者去银行窗口办理烦琐的汇款业务；而如果采用货到付款方式，又给商家带来了一定风险和昂贵的物流成本。因此，网上支付平台在这种背景下诞生。

随着电子商务的迅猛发展，非金融机构支付服务业务范围、规模的不断扩大，新的支付模式不断涌现。第三方网上支付、电话支付，甚至货到付款等不同的网上购物付款形式满足了不同消费者的需求，其中第三方网上支付平台无疑是网上购物付款的主要途径，成为电子商务发展的必然趋势。基于安全性考虑，许多网购客户进入网购支付页面后，面对快捷支付、银行在线支付等网上银行支付方式，及支付宝、财付通等第三方支付平台支付方式，人们更倾向于选择第三方支付。据《2015—2020年中国第三方支付产业市场前景与投资战略规划分析报告》分析认为，网络购物是第三方支付份额最大的应用领域，通常第三方支付均以

该领域作为支付的切入点。2014年，中国第三方互联网支付交易规模结构中，网络购物占比31.5%，基金占比14.7%，航空旅行占比10.4%，电商B2B占比7.4%，电信缴费占比4.3%，网络游戏占比2.4%。

经历了数年发展和沉淀，以网络购物为代表的中国电子商务逐渐进入细分化电子商务模式，在大宗商品交易等大规模交易额领域，企业的业务需要有更为安全、便捷的线上交易平台来承载和消化，覆盖其资金监管、支付清算等一系列需求，保证其交易环节的资金安全及平台运营效率。因此，安全、高效是电子商务大规模交易额市场对于第三方支付的第一需求要义。前瞻网分析预计，今后，各主要支付领域份额将小幅萎缩，其他细分领域的市场份额将会有所扩大，其他细分领域包括信用卡还款、生活缴费、网上金融、其他创新支付领域等。

随着第三方支付服务商的创新与转型，未来我国的金融体系将更加健全。电子商务网站接入了高效、安全的第三方支付系统之后，将更有力地协助买卖双方实现交易过程中各方面的无缝对接，为客户提供高效率及高响应速度的供应链，这也是电子商务买卖双方真正接受第三方支付的根本原因。

电子商务市场竞争的日趋激烈，不仅给第三方支付应用带来更大的前景，也对其应用创新提出了新的要求。新型第三方支付商将与传统金融行业形成优势互补的竞争格局，以实现对电子支付市场的深度挖掘，形成一个双向互动、多方共赢的良性循环，进一步推动中国互联网金融的发展。

第三方支付的创新机制

2010 年，央行颁布《非金融机构支付服务管理办法》，并于次年开始发放第三方支付牌照，第三方支付行业正式纳入央行金融监管体系。同时，伴随以网购为代表的电子商务和移动互联网时代 O2O 的爆发，第三方支付行业亦迎来爆发式增长，2014 年，第三方支付行业交易规模达 23.3 万亿元，同比增长 36%。

支付便捷、信息透明、交易成本更低，第三方支付年增长率达 100%，传统金融行业面临着一场由外力引发的内部变革。在第三方支付产生以前，支付清算体系是客户与商业银行建立联系，商业银行与中央银行建立联系。在原有支付清算模式下，由于客户不能直接与中央银行建立联系，必须分别与每一家商业银行建立联系，支付清算的效率较低。

第三方支付诞生以后，第三方支付平台提供一系列的应用接口程序，将多种银行卡支付方式整合到一个界面上，负责交易结算中与银行的对接，使网上购物更加快捷、便利。第三方支付公司通过在不同银行开立的中间账户对大量交易资金实现轧差，少量的跨行支付则通过中央银行

的支付清算系统来完成。

第三方支付是电子商务产业链中重要的纽带，一方面连接银行，处理资金结算、客户服务、差错处理等一系列工作，另一方面又连接着非常多的商户和消费者，使用户的支付交易能顺利接入。消费者和商家不需要在不同的银行开设不同的账户，既降低了消费者网上购物的成本，又降低了商家的运营成本；同时，还可以帮助银行节省网关开发费用，并为银行带来一定的潜在利润。

目前，市场上第三方支付公司的运营模式可以归为两大类：独立第三方支付模式和信用中介支付模式。

以快钱为代表的独立第三方支付模式是指第三方支付平台完全独立于电子商务网站，不具有担保功能，仅仅为用户提供支付产品和支付系统解决方案。快钱针对个人提供了信用卡还款、手机游戏充值、支付房租房贷、保险续费等生活服务；对商家提供了充值卡支付、信用卡分期付款、POS（销售终端）收款、分账支付等收款类服务。还有优惠券平台、自动出票等增值类服务。截至目前，30余家基金公司都与快钱达成了合作。2014年12月，万达集团宣布以3.15亿美元收购快钱68.7%的股权，并将其纳入万达商业版图。凭借快钱手中的互联网支付和预付卡发行及受理牌照，万达将有望如愿构建线下消费为主的O2O+互联网金融完整闭环生态圈。

除快钱外，易宝支付（YeePay）、环迅支付、网银在线、首信易支付等都是独立第三方支付模式的典型代表。这类支付平台尽管缺少自有购物网站的支持，其独立的特点也让不少购物网站青睐，它们的支付业务也各具特色。如快钱的生活类支付业务丰富，环迅支付的网游支付业

第三章 第三方支付，互联网金融的核心

务支持种类较多，首信易支付开展了不少支付返现的优惠活动。

另一类模式是信用中介支付模式。2004年，阿里巴巴推出支付宝，在国内首创信用担保交易，以信用中介模式进入第三方支付市场。信用中介支付模式是指第三方支付平台捆绑着大型电子商务网站，并同各大银行建立合作关系，凭借其公司的实力和信誉充当交易双方的支付和信用中介，在商家与客户间搭建安全、便捷、低成本的资金划拨通道。这一模式有效解决了国内网购行业的信任问题，促成国内网购市场突破交易瓶颈，迅速成为线上第三方交易主流模式，并伴随网购的高速发展而实现规模大爆发。

近年来，随着科技进步与制度创新，伴随着电子商务成长起来的第三方支付尤其值得关注。人们的日常生活被淘宝、京东等电子商务网站快速影响和改变，在缺乏有效信用体系的网络交易环境中，第三方支付模式的推出，在一定程度上解决了网上银行支付方式不能对交易双方进行约束和监督，支付方式比较单一的问题。支付宝、财付通、快钱等第三方支付机构也对传统银行业的支付业务带来巨大冲击，并悄然重构着金融格局。

移动支付改变你的生活

随着社会生活水平的提高，人们对于“吃、穿、用、住、行、游、玩”有了全新的需求。移动支付的随时、随地、随心、随身的特性，潜移默化间改变了现代人的生活方式。移动支付是一种便捷、快速的支付手段，能够克服地域、距离、网点、时间的限制，极大地提高交易效率，为商家和消费者提供方便。

移动支付主要指通过移动通信设备、利用无线通信技术来转移货币价值，以清偿债权债务关系，也就是允许用户使用其移动终端（通常是手机）对所消费的商品或服务进行账务支付的一种服务方式。商家或个人通过移动设备、互联网或者近距离传感，直接或间接向银行金融机构发送支付指令，产生货币支付与资金转移行为，从而实现移动支付功能。移动支付将终端设备、互联网、应用提供商和金融机构相结合，为用户提供货币支付、缴费等金融业务。近年来我国移动支付发展迅速，移动支付的形式更加多样化，出现了短信支付、NFC（近距离无线通信技术）近场支付、语音支付、二维码扫描支付、手机银

第三章 第三方支付，互联网金融的核心

行支付、刷脸支付等方式。

移动互联网的发展及互联网金融浪潮的兴起，使移动支付产业快速增长，对新常态下促进信息消费，推动经济增长发挥了积极作用。在移动支付市场上，随着标准之争逐渐从市场层面达成一致，以及移动电商带动的远程支付的发展，手机刷卡器、二维码支付等多种创新支付方式的引入，传统金融机构的积极加入，未来移动支付市场将风起云涌。

移动支付新技术、新服务、新业态的不断涌现和应用，为用户提供便捷支付服务的同时，也引领着通信、金融、互联网等行业转型升级发展。易观智库预计，2015年，中国第三方互联网支付交易规模将达到139200亿元，互联网支付注册账户规模达到13.78亿户，移动支付交易规模将达到7123亿元。

艾瑞分析认为，随着移动互联时代的到来，为移动支付创造了新的使用场景，也使用户对移动支付和多种支付场景产生了理念化的新关联。移动支付大规模进入居民日常生活的方方面面，便利交易，引领居民日常生活习惯的变革。

例如，2012年，财付通携手微信推出的“微支付”，开拓移动支付市场。在2012年财付通的七周年媒体沟通会上，财付通总经理赖智明表示，未来将依托微信和微生活，把财付通新型的移动支付模式慢慢融入到用户日常生活的支付场景，如吃喝玩乐、休闲旅游等，为用户提供更多便利和商家优惠。很早之前，腾讯董事会主席马化腾就曾强调过O2O对腾讯的重要作用，马化腾谈及腾讯集团未来策略时，明确表示将会基于微信拓展O2O模式和移动互联网以及二维码的方式拓展各种入口。

而近年来，微信“新年红包”在网络上迅速走红，创造出全民抢

红包的盛况，微信支付用户更是在短短几日内暴增。通过微信选择发送红包的数量和金额，以及祝福的话语，通过“微信支付”进行支付，就可以发送给好友；接收方则在打开后获得相应收益，只需要将储蓄卡与微信关联，就可以在一个工作日后提现。而用户想要提现，就需要将微信绑定一张银行卡，这就在无形中助推用户开通了“微信支付”功能。

有分析人士指出，表面上看起来是一方发“红包”、一方抢“红包”的喜庆活动，背后是微信发力移动支付领域的重要一战，将进一步助推互联网金融的崛起，进而改变金融格局和人们的生活。

依据艾瑞咨询数据，2014年国内第三方支付行业交易规模达23.3万亿元，同比增长35.5%。从增量市场来看，互联网支付和移动支付是第三方支付市场主要增量来源。2013年以来，阿里巴巴、腾讯两大巨头推动线上线下渠道融合的O2O经济时代到来，移动支付顺势迎来规模大爆发。2014年，第三方移动支付规模近6万亿元，同比增长391%。平安集团董事长马明哲在接受采访时说：“手机和其他设备会进一步取代信用卡，更加取代现金，10年内60%的现金、信用卡将被取代；15年内，大部分中小金融机构的前台由互联网企业完成。”

这样一组数据在网络上流传：在中国，每5秒钟销售一部智能手机，67%的人在饭前玩手机，6秒钟看一次手机。从消费者角度来说，移动设备的性能越来越高，未来消费者可以利用一个终端，一个集成手机、平板电脑等各种功能的终端，进行购物消费、理财网站的访问及产品的投资。随着智能手机上网的快速普及，尤其是4G网络的覆盖，互联网金融消费的习惯正在养成。“以后外出即使身上没带钱，也可以用微信二

第三章 第三方支付，互联网金融的核心

维码扫描商品，通过微信支付了；以后信用卡还款、交水电费也不用去银行排队了，直接通过手机就可以操作了；以后购物也可以随时随地了，不受时间、地点的限制，想购就购……”移动支付遍及人们生活中的点点滴滴。

第三方支付群雄并起

央行在其网站上挂出第五批第三方支付牌照企业名单，涉及广东、山东、北京等 8 个地区的 19 家企业。此前，央行共发放过四批第三方支付牌照，第一批于 2011 年 5 月 18 日发放，27 家企业获批；随后，在 2011 年 8 月及 12 月、2012 年 6 月，分别有 13 家、61 家、95 家企业获批。2013 年全年到 2014 年 7 月之前，央行陆续共给 54 家企业发放牌照。2014 年扩容后，使得拥有第三方支付牌照的企业增加到 269 家。央行支付业务许可证发放数量递增使第三方支付市场竞争日益激烈。

前瞻产业研究院发布的《2015—2020 年中国第三方支付产业市场前景与投资战略规划分析报告》显示，2009 年以来，第三方支付市场的交易规模保持 50% 以上的年均增长率迅速扩大，并在 2013 年成功突破 17 万亿元的基础，达到 17.2 万亿元，同比增长 38.71%。2014 年在移动支付和网上支付双双快速增长的背景下，中国第三方支付的交易规模已达到 23.3 万亿元。前瞻产业研究院预测，到“十二五”末，第三方支付交易规模将突破 25 万亿元，到 2020 年第三方支付市场的交易规模有望突

第三章 第三方支付，互联网金融的核心

破 48 万亿元。

支付市场的火爆使得众商家纷纷发力第三方支付市场，第三方支付公司为抢占份额，不惜投入重金。首先是初期的技术及研发投入，然后是为各大城市的商户安装机具，耕耘与收获的周期一般为三年。而在第三方支付企业眼中，这是值得的，拥有规模更庞大的客户群才是关键。

腾讯和阿里巴巴为了争夺市场份额的烧钱大战不断升级。继支付宝红包分享遭微信封杀后，支付宝钱包推出红包口令回击微信，经过这两个回合的交手，2015 年 2 月 9 日，支付宝红包与微信红包展开第三回合激战。这天，支付宝钱包宣布，从小年开始到大年初一，阿里巴巴联合知名商户向支付宝用户发放 6 亿元红包，其中 1.56 亿元为现金红包，购物低消费抵扣金额红包约 4.3 亿元。而当天下午微信即宣称将联合各类商家推出春节“摇红包”活动，送出金额超过 5 亿的现金红包，单个最大红包为 4999 元，以及超过 30 亿的卡券红包。

腾讯和阿里巴巴的红包大战表面上看是两家公司为了更大的市场份额而支付了巨额的红包，但是实际上红包大战教会了用户如何使用第三方支付，间接地扩大了第三方支付的用户群及市场规模。

业界指出，现有支付市场容量有限，多元化发展及基于支付的业务创新已成为第三方支付企业的主要战略。正所谓八仙过海，各显神通，随着互联网金融的快捷，低成本在金融市场掀起了巨浪，而在发展的浪潮中，不少第三方支付企业已经在有限的市场内走出了自己的特色。

艾瑞的报告显示，支付宝以 50.02% 的市场份额大幅领先于其他支付企业，财付通以 20.31% 的市场份额居第二位。快钱和汇付天下分别以 6.23% 和 6.12% 的市场份额位居第三和第四位。

快钱利用以往在行业客户拓展中积累的经验，致力于从商户端切入，用商户需求来撬动移动支付业务。据艾瑞高级分析师王维东分析：“快钱现有商户大概 180 万，如何挖掘现有商户潜力，叠加更多的产品，应该是快钱着重考虑的问题。具体到移动支付，也是把更多的产品叠加到这 180 万商户上，同时发展更多商户，满足商户的移动展业需求。”快钱 CEO 关国光表示：“相对于单纯的支付问题，企业更关心的是中短期流动资金情况，特别是 B2B 企业。”

据了解，早在 2011 年，快钱就顺应商户需求，推出中国第一款刷卡器产品“快刷”，进军信息化金融业务。并以“快刷”为基础，快钱升级推出了可外接移动键盘以及可通过蓝牙传送的“快刷三兄弟”，而且还在开发具备优惠券管理、订单推送、订单合并支付等功能的移动钱包，并正在向整体行业解决方案的路径延伸。

而汇付天下专攻金融支付领域。汇付天下定位于金融支付专家，提供网上支付、基金理财、POS 收单、移动支付等全方位支付服务，为行业客户提供定制化综合支付解决方案。

在产业链支付领域，汇付天下创新研发的“钱管家”系统致力于提升传统分销行业的电子商务水平，该系统很快就在诸多行业内广泛应用；在基金理财领域，汇付天下创新推出一站式理财平台“天天盈”，同时支持 48 家基金公司、33 家银行和上千只热门基金申购的一站式服务。

如果说电子商务的崛起成就了第三方支付的第一黄金十年，而随着 3G、4G 技术的发展，下一轮争抢的战场主要是移动支付。交通银行首席经济学家连平在接受采访时表示，移动支付是未来发展趋势，我国还处于移动支付发展的初期阶段，目前达到 200% 的增长速度是很正常的。

第三章 第三方支付，互联网金融的核心

包括支付宝、财付通、快钱在内的第三方支付公司纷纷对国内移动支付市场跑马圈地，快钱等第三方支付企业作为最早进军移动支付领域的代表，具有先发的优势，目前去哪儿、京东、唯品会、小米、当当等各行业领军企业均已接入快钱的移动支付网关。

未来，在支付市场参与主体风险防范水平稳步提升、创新理念不断加强等积极因素的推动下，第三方支付市场将保持快速、稳定和健康发展态势。

第四章

余额宝：开启互联网金融的钥匙

世界第一只货币基金

说起货币市场基金的来源，还得追溯到 1972 年美国第一只货币市场基金的诞生。当时，世界最大养老基金——教师年金保险公司，在详细考察了金融市场后，产生了“让小额投资者享有大企业才能获得的回报率”的想法，1970 年创立了共同基金“储蓄基金公司”，1972 年该公司购买了 30 万美元的高利率定期储蓄，同时以 1000 美元为单位出售给小额投资者。就这样，世界上第一只货币市场基金诞生了。

美国国会 1970 年取消了“Q”条例中关于 10 万美元以上存款利率最高限制的规定，银行不可向活期存款发放利息，同时银行其他类型账户利率也受到一定程度限制，以防银行为争夺存款而发起恶性竞争。为了吸引客户，可以支付利息的货币基金便作为存款账户的近似替代品进入了投资者的视野。

货币基金的诞生也是为了规避利率管制，市场利率高于银行存款利率的差额越大，货币基金的扩张规模也越大。上世纪 70 年代末 80 年代初美国利率市场化期间，货币基金迎来爆发式发展，规模迅速突破 200

第四章 余额宝：开启互联网金融的钥匙

亿美元，至今已发展至 2.6 万亿美元。

进入 21 世纪后，互联网技术、电子商务的迅速发展，尤其是在美国等发达国家中，互联网技术在各个领域广泛应用。当时，美国的 eBay 以 1.5 亿美元收购了当时中国最大的电子商务公司 EachNet，成为全球电子商务领域的翘楚，eBay 掌握了大量的忠实用户和海量数据，让它有了开拓金融业的创举。1999 年底，eBay 旗下的 PayPal 极具开创性地创建了货币市场基金，将在线支付和金融业务结合起来。操作该基金非常方便，用户只需将基金账户激活，简单地进行设置，存放在 PayPal 支付账户中原本不计利息的余额就将自动转入货币市场基金，0.01 美元起申购，最高账户余额为 10 万美元。这就是中国余额宝最早的原型。

基金每个工作日对股息进行结算，每个月将股息分配给股东，如果有资本收益，至少每年分配一次，所有股息和资产收益将自动追加为基金份额进行再投资，作为基金份额的购买和持有者，投资者还可能需要支付一些费用。对于投资者而言，原来放在银行的活期存款没有任何利息收入，现在可以通过 PayPal 获得收益，这有一种强大的吸引力。PayPal 在全球 193 个市场拥有 1.28 亿活跃账户，通过 25 种货币交易，使得 PayPal 在刚推出后的那段岁月里，风光无限，火爆异常。

在 2000 年，PayPal 储蓄账户的年回报率竟然高达 5.56%，远高于当时美国一般银行储蓄存款的回报率。在 2005 年至 2007 年利率上行期间，PayPal 的年收益率超过 4%，规模出现连续翻番，增长了 3.5 倍，而同期活跃账户数和年成交总额分别上升 1.8 倍和 1.5 倍，可见货币基金规模的增速远远高于账户和成交额的增速。

2008 年，美国次贷危机爆发，“两房”危机和雷曼倒闭事件迅速将

危机推向全球，从而引发持续多年的全球金融危机。加上美国实行零利率政策，货币市场基金收益普降至 0.04%，而 2007 年的收益率高达 5%，基金公司大多通过继续放弃管理费用来维持货币基金组合不亏损，所有货币基金的业绩都超低。2011 年规模仅为 4.71 亿美元，收益也降至 0.04%，PayPal 货币基金的收益优势丧失，规模也逐步缩水。因为敌不过美联储三次量化宽松政策带来的超低利率市场环境，PayPal 最终在 2011 年选择将货币基金清盘，同年 6 月，PayPal 突然发布声明称，其管理的货币市场基金将于 7 月 29 日关闭。PayPal 给出的解释是，基于市场条件，保留该基金将难以给客户带来金融优惠。PayPal 货币基金的兴衰，无疑对今天中国的互联网金融具有强烈的启示意义。

PayPal 造高收益率的方式有很多种：银行协议存款、用回购方式加大杠杆、买卖时间差、收益和成本的不同计价方法，甚至倒贴钱。早在 2003 年，基金公司就“补贴”过 PayPal，但作用有限，PayPal 最后还是没有扛过去。美国标杆资本风险投资者格斯·菲尔德纳表示，PayPal 关闭货币市场基金的主要原因是不能挣钱。随着利率市场化的逐步推进，一些银行的活期储蓄已经浮动到利率 1.1 倍的上限，贷款利率也已经松动，存款利率放开也并非遥不可及，协议存款依然是主流，不可避免地受银行存款的影响，未来收益的波动或下跌都是正常的。而货币政策一旦发生改变，利率不能维持原有的水平，则会发生严重的业绩下滑甚至是“挤兑”。

余额宝的核心逻辑与 PayPal 如出一辙，它既是支付宝进军互联网金融的一个突破点，对用户也是一个“何乐而不为”的更优选择。行业分析师表示，互联网金融注定对国内传统金融行业造成较大的冲击，对于

第四章 余额宝：开启互联网金融的钥匙

银行而言，因为有了余额宝的竞争，银行才知道“钱”来得不容易。从根本上说，余额宝是货币基金的变体，用户所得还是来自于银行，而银行之所以愿意给大额协议存款提供高利率，是因为大额存款的吸储成本远低于小额存款，再加上中国的利率环境也算比较适合货币基金的发展，因此最终形成了一个对各方都有利的市场化金融创新。

中国的货币基金——余额宝

纵观美国货币基金发展史，银行存款利率与市场利率之间的巨大差别是货币基金发展的主要动力，特别是在通货膨胀的环境下，投资者对财富保值需求大大提高，货币基金获得了发展的良机。

2002年12月，当时中国人还不了解什么是货币市场基金的时候，华安基金就已经开始调研，和国外同行进行广泛交流，试图把货币市场基金作为基金市场的突破口。经过近一年的努力，终于在2003年12月30日，华安现金富利基金正式成立，且赢得了证监会、银监会的全力支持，它们都表示全力支持这个产品的推出，中国第一支货币基金由此诞生。

货币基金是经过了市场的长期培育和各种理财方式的相互浸透，在不断创新中成长起来的新模式。最早的传统货币基金，投资者在T日卖出，T+1日资金到账，将资金转出股票账户，转入银行账户，并进行货币基金的申购。后来，出现了以余额宝为代表的互联网货币基金，流程就大大缩短了，大多数产品零投资门槛，购买更方便，不仅可以在一级市场申购赎回，也可以在二级市场买入卖出，正是其二级市场的交易功能实

第四章 余额宝：开启互联网金融的钥匙

现了货币基金份额卖出后的 T+0 可用、次日可取，满足投资者的高流动性需求。而第三代货币基金是在申赎型场内货币基金的基础上，增加了交易功能，其不仅可以实现 T+0 申赎，也可以实现 T+0 买卖。

随着我国经济的快速发展，大量闲置资金的出现，投资需求日益凸显。这些闲置资金需要更多更好的金融投资工具来满足人们对货币资金市场的投资需求。由于货币基金风险低、流动性高、投资门槛低，灵活性接近银行活期储蓄，收益是活期储蓄的数倍，受到投资者的青睐，迅速发展。

货币基金风险相对较低。大多数货币市场基金投资品种是各类基金中风险最低的，货币基金合约一般都不会保证本金的安全，但在事实上，由于基金性质决定了货币基金在现实中极少发生本金的亏损。

流动性可与活期存款媲美。货币市场基金属于专门以货币市场工具为投资组合对象的追加型投资基金。资金到账时间短，流动性较高，投资者可以随时追加投资额，也可随时退出基金，一般基金赎回两三天资金就可以到账。

货币市场基金的收益较为稳定。多数货币市场基金一般具有国债投资的收益水平。其年净收益率一般可与一年定存利率相比，高于同期银行储蓄的收益水平。资料显示，闲置资金放在银行活期存款，只能获得 0.35% 的活期存款利息，如果投资货币基金，可以享受 3%—4% 的年化收益率，货币基金与活期存款的比较优势正逐步获得老百姓的认知。不仅如此，货币市场基金还可以避免隐性损失。当出现通货膨胀时，实际利率可能很低甚至为负值，货币市场基金可以及时把握利率变化及通胀趋势，获取稳定的较高收益。

投资方式灵活且成本非常低。货币市场基金采取较为开放的组织形

式，给予投资者灵活变现和随时进出的方便，即允许基金凭证持有者据其持有的金额签发支票变现。买卖货币市场基金一般都免收手续费，认购费、申购费、赎回费都为零，资金进出非常方便，犹如活期储蓄。既降低了投资成本，又保证了流动性。

对于低风险的投资者来说，特别是银行储蓄存款的投资者，货币基金具有活期存款一样的流动性和低门槛的同时，其收益率可达活期利率的 10 倍以上，超过 1 年定存利率。由于货币基金的种种优势，中国的货币基金市场诞生于 2003 年，至 2011 年末还不到 1500 亿元，到 2013 年末已达到 8830 亿元，两年翻了近 6 倍。

我国信息技术的不断创新，产业跨界融合发展态势，为互联网货币基金提供了必要的生长和发展土壤。余额宝脱颖而出，成为我国互联网金融增长最迅猛的产品，上线仅 10 天，用户已达 100 多万。促成这个爆炸性增长的原因主要有两个：一是余额宝为用户提供当日赎回、转账和支付服务；二是 2013 年中国金融业处于一个“钱荒”的状态，造成市场利率攀升，进一步加大了市场利率和银行活期利率之间的利差。

余额宝不是一种创新的理财产品，它是货币市场基金的一只，它的正式名称叫天弘增利宝货币基金。余额宝作为在国内存在 10 年之久的货币市场基金中的一只，被称为最具创新力的“弄潮儿”，它的出现不但让货币基金火了一把，而且彻底搅动了互联网金融这“一池春水”。

金融改革的推手

余额宝，这个中国有史以来第一只互联网货币基金，2013 年上线，仅半年时间在中国拥有了 8100 万用户，超过了当时的中国股民数。据 2014 年 7 月天弘基金官方发布的数据显示，截至 2014 年 6 月 30 日，余额宝累计用户数达 1.49 亿，余额宝规模达 5741.60 亿元，为国内最大、全球第十一大货币基金。

余额宝是互联网和基金理财产品融合创新的产物，用户使用支付宝将资金转入余额宝，就等于购买了天弘基金的增利宝货币基金。而资金转入后既能像支付宝余额一样随时用于消费、转账等支出，也可以获得基金公司提供的货币基金投资收益。由此，1 元钱起买、随时可以卖出的碎片化理财引发市场关注。余额宝的出现，让传统金融坐立难安。2014 年的两会上，余额宝以及互联网金融成为代表们和委员们热议的话题。中共十八届三中全会确定的一项重点改革领域就是金融。而金融领域当下面临的最大冲击就是新型平台与流通渠道对传统金融平台与通道的冲击。马云自己评价说，余额宝就是“把银行这根老树给摇了摇”。

首先，余额宝的出现，削弱了渠道垄断，加快了金融市场的开放。大银行利用其更密集的网点获得成本更低并且稳定性更好的储蓄资金，大银行的渠道垄断，使得中小银行在竞争中处于不利地位。余额宝的出现，将大银行中的储蓄重新引向市场，利率的高低作为竞争杠杆，这在客观上促进了金融体系的公平竞争。

其次，封闭的银行间债券市场是将商业银行的债券投资风险在银行内部加以化解的市场运行方式，没有走向真正的市场。与之前银行间债券市场由银行向非银行金融机构的开放相比，面向余额宝所代表的货币基金的开放更加彻底，也是走向金融市场全面开放的重要一步。

第三，在制度上，存款利率市场化尚未实现，余额宝通过降低交易费用，使得储户能够自由地在储蓄存款与货币基金之间跨市场套利。更重要的是，余额宝不但让普通投资者享受到了收益，也促进了中国利率市场化，进一步加速金融市场的融合。

余额宝自身的创新与优势，对于具有垄断性质的传统金融业冲击显著。民生银行行长洪崎表示，银行最大的资源就是客户，而阿里巴巴通过电子商务已经积累了海量用户，“通过数亿客户群，阿里金融在支付结算的基础上，在平台上提供贷款、理财、信用卡等服务，比银行要快捷得多”。

传统金融业受到这一新鲜事物的冲击，内心非常矛盾。虽感受到了余额宝的敌意，但他们很清楚这是历史车轮的大势所趋，银行内部的一些年轻人则持欢迎态度，认为这为银行业勇敢变革注入了外来动力。终于，有旁观者们坐不住了。有电视台财经评论员曾批评余额宝是“趴在银行身上的‘吸血鬼’”，建议取缔。“这场论战好像起了广告效果，很多

第四章 余额宝：开启互联网金融的钥匙

人以前其实还不知道余额宝，或者不知道余额宝利息比银行高这么多。”

控股余额宝的阿里巴巴集团董事会主席马云说。

2014年3月4日，中国人民银行行长周小川、副行长潘功胜和易纲一天之内被追问四次，各有表述。中国人民银行行长周小川表示，不会取缔余额宝，对余额宝等金融业务的监管政策会更加完善；副行长易纲表示，要支持并容忍余额宝等金融产品创新。

马云在外滩会议接受采访时说：“未来的金融有两大机会，一个是金融互联网，金融行业走向互联网；第二个是互联网金融，纯粹的外行领导，其实很多行业的创新都是外行进来才引发的。金融行业也需要搅局者，更需要那些外行的人进来进行变革。”面对这样的冲击，传统金融机构选择主动创新和变革，根据工商银行、建设银行、农业银行、中国银行2013年度固定资产投资预算安排的统计，四大行2013年在科技方面的投入高达250亿元，农行在2013年6月更是成立了“互联网金融技术创新实验室”。在余额宝的“鲶鱼效应”下，银行版“余额宝”已经悄然诞生，中国银行推出“活期宝”，工商银行浙江分行推出“天天益”，平安银行推出“平安盈”，交通银行推出“快溢通”，民生银行推出“如意宝”等等。

余额宝风生水起，给了原本安于一隅的传统金融业一记重拳，却也唤醒了金融业，它的创新因子，则能带动金融业未来的发展。余额宝们挑战传统金融，其实是金融改革的博弈，终将是互联网金融和传统金融共同创新、发展、深入合作的格局。

互联网理财的新时代

“你不理财，财不理你”，这个口号在前几年银行理财产品大热的时候喊得格外响亮，但是在国内的理财市场中，个人投资者可以参与的投资渠道有限。随着我国经济的快速发展，大量的闲置资金出现，投资需求日益凸显，而余额宝的横空出世正好满足了人们日渐高涨的投资需求，开始了互联网理财的新时代。

在这样的背景下，余额宝一炮而红。2013年6月13日，阿里巴巴上线余额宝，用户通过支付宝把资金转入余额宝，即可自动购买天弘基金旗下的天弘增利宝货币基金。截至11月14日，只与余额宝对接的天弘增利宝货币基金规模已突破1000亿元，开户数超过2900万户，一跃成为中国规模最大的、历史上首只突破千亿元的基金，累计为投资者实现高达7.88亿元的收益。互联网理财成为2013年中国理财市场一个撕不掉的标签，打开了互联网金融的大门。

当金融+互联网这一模式出现后，以往“高大上”的财富管理日渐进入寻常百姓家。5年前，理财对很多老百姓而言，还是一个比较陌生

第四章 余额宝：开启互联网金融的钥匙

的概念。“2006 年以前，很多家庭只会存款或购买国债。”一位业内人士回忆。然而，随着人们收入水平的提高，投资理财手段的丰富，以及物价的日益上涨，越来越多的普通老百姓加入理财大军，希望通过各种理财方式让自己的资产保值、增值。

互联网和移动互联网的飞速发展，给金融业带来了先进的技术和创新的理念，网络理财也爆发于各大互联网企业，他们凭借大数据、云技术、海量用户可以将金融产品与互联网很好地结合在一起。余额宝的推出看起来顺风顺水，但背后凝聚了相当长时间的技术积累和客户使用习惯的培养，阿里巴巴花了近 10 年的时间，沉淀了海量的客户群体，进行过各种各样的尝试。2014 年 7 月 21 日，中国互联网络信息中心（CNNIC）在京发布的第 34 次《中国互联网络发展状况统计报告》显示，截至 2014 年 6 月，中国网民规模达 6.32 亿，其中，手机网民规模 5.27 亿。网民上网设备中，手机使用率达 83.4%，首次超越传统 PC（个人电脑）整体 80.9% 的使用率，这为余额宝等网络理财工具的大红大紫创造了条件和机会。

2013 年，金融 + 互联网模式以惊人的速度打开了人们的想象空间。互联网借助网络入口和移动端的客户优势，正成为金融和互联网结合的新渠道。互联网金融浪潮从民间金融领域获得突破，从互联网企业跨界渗入到金融领域，关键在于降低了信息和资金交易的成本。“互联网金融为老百姓特别是年轻人提供了全面理财的通道。”中央财经大学金融法研究所所长黄震表示。

当下，移动互联网飞速发展，特别是 3G、4G 通信的普及，给互联网理财带来了更广阔的市场。现在通过用户的移动终端，可以绑定银行卡、

信用卡，这为买卖金融产品提供了新通道，使原本具有较高门槛的金融产品通过互联网的前端免费模式，降低了门槛，使得“一块钱就可以理财”“买基金就像网购其他商品一样方便”逐渐变为现实。

在今天这样一个压力巨大的社会里，每个人都希望多一些财富通道，从而为自己带来更多的保障，形形色色的理财产品便是在这样一个背景下逐步渗透到全社会的，不过近年来兴起的一些理财产品虽然看似热闹非凡，却往往都不能切实满足人们的需求。过去，对普通投资者来说，便捷的理财方式可选性很少，人们大都会把钱存入银行，获取利息。由于银行的活期存款利率和货币市场存在 4% 左右的利差，这部分银行不愿意跟客户分享的收益，现在通过互联网基金这一渠道迅速普及，活期存款大有被取代之势。

余额宝、理财通、现金宝等互联网理财产品出现的时机可谓恰到好处，互联网理财成为了新的理财“宠儿”。它不仅真正实现了理财收益上的大突破，更搭乘互联网这艘巨轮广为人知。互联网金融的发展日新月异，正日渐满足老百姓的资金保值增值、投资理财的需求，不少人把原先存在银行的钱逐渐向互联网理财这一新兴方式转移。

现如今，以余额宝为代表的各类互联网金融理财产品以其简单便利又相对自由的存取，且有更高收益的方式备受追捧。互联网理财产品不但流动性极强，且投资门槛较低，1元起购的碎片式零钱理财使得以往千元起申购的公募基金以及门槛动辄 5 万、10 万的银行理财产品等都望尘莫及。专家认为，此前市场缺乏适合大众的低门槛理财产品和服务，互联网金融正在改变和形成新的理财习惯。

第四章 余额宝：开启互联网金融的钥匙

1 元也能玩“钱生钱”？

“没什么钱，也就谈不上理财，理财是有钱了才能理。”这是曾经一位银行理财经理谈到理财门槛较高时所发表的言论。小额零散资金应该如何增值？这一银行没思考的问题，却成为阿里巴巴思考的问题。2013年，阿里巴巴旗下的第三方支付平台支付宝和天弘基金联合宣布推出余额宝，引发了一场金融市场的“地震”。

余额宝的投资门槛仅为1元，而银行理财产品最低的投资起点为5万元。可见，余额宝是“零用钱”理财工具，为暂时还没有能力进入银行理财市场的投资者提供了理财渠道。余额宝自上线以来，天弘增利宝广受网络用户追捧，一举成为覆盖人群最广的货币基金，被网友亲切称为“理财神器”“网购神器”。

余额宝的出现让理财再也不是有钱人的游戏，让普通大众、上班族、草根也赶上了理财这班快车。在一家电脑公司上班的小陈，今年26岁，已工作3年，月收入大约6000元。小陈总是自嘲是“屌丝”：“以前完全没有理财观念，理财仿佛是中高端人士的生活方式，对普通人来说遥

不可及。”但是由于生活压力的问题，他也考虑过如何“让钱生钱”，“如果用积蓄来炒股的话，我是一窍不通，担心自己贸然闯入稀里糊涂赔个精光，可热门的银行理财产品最少都要5万元起步，所以从来没有想过要理财。余额宝等各种‘宝’的出现，让我意识到即使很少的钱也可以投资，钱可以生钱。”

相比传统理财产品关注那些有足够经济能力的用户，余额宝的目标则是让零花钱也能获得增值的机会，让用户闲散的碎片资金也能理财。阿基米德曾说：“给我一个支点，我就能撬动地球。”那么余额宝作为互联网理财市场的支点，再度掀起了全民理财的热潮。

现在理财渠道越来越多，但有的门槛很高，十万、百万元的起步金额并不适合入职不久、现金不多的草根。股票、基金虽然在一定程度上门槛比较低，但是需要具备一定的投资和管理能力，而在大盘长期弱势的振荡之中，股市资产贬值和缩水成为一种常态，“开着宝马进，骑着自行车出”的人也比比皆是。

草根往往被传统渠道的理财服务拒之门外，闲置的一点儿小钱，也多以活期存款的方式处理，以保证随时用随时取，而余额宝的出现，让其感受到了参与投资收益所带来的乐趣和惊喜。天弘基金总经理周晓明在一次采访中说道：“余额宝覆盖到了原来覆盖不到的人，在传统的金融体系里面得不到很好的服务，或者说按照常理现在还不认为自己需要理财服务的人群。1元钱都可以理财，使人们感到理财离自己那么近，很多以前没有想到理财的人进到了理财的服务领域。”

在中国比较独特的社会资金供需之中，融资在相当长的时间内仍然有旺盛的需求，而这种需求仅靠传统的金融产品是很难全覆盖的，这也

第四章 余额宝：开启互联网金融的钥匙

为余额宝等互联网理财产品奠定了一个市场的需求基础。而对于草根来说，余额宝等互联网理财产品无疑是他们的福音。互联网理财产品最突出的优势就是申购门槛低，赎回速度快。像被大家熟知的余额宝和百度理财都是1元起购，余额宝支持即时赎回使用，百度理财可选择赎回后24小时到账或下一个工作日到账，无论哪种网络理财产品，其购买和赎回均不收取任何手续费。

余额宝的出现不但激发了草根一族的理财激情，也对传统金融业带来一定冲击，激发金融市场走向多元化。“余额宝抢食银行客户”“马云是银行的搅局者”，冲击着传统银行业的神经。调查数据显示，83.2%的人投资互联网理财产品的资金来自于银行存款，14.9%的人则把购买银行理财产品的资金套现，10.4%的人会把实业里的资金转投，9.3%的人则会抽取股市里的资金，另有5.3%的人资金来源是投入到信托、黄金等其他理财产品里的资金。

余额宝的成功，让很多传统金融业按捺不住了，银行也纷纷行动，与货币基金联手，推出符合年轻人需求的理财产品。除了传统的银行理财产品外，多家电商及互联网公司推出了类似的各种“宝”产品，这种火爆的场面便是余额宝的连锁反应，它推动金融业走向一个全新的时代。阿里小微金服集团国内事业群总裁樊治铭表示：“支付宝和天弘基金在余额宝方面的合作只是互联网金融的一小步，却是金融行业的一大步。阿里小微希望通过互联网和金融的思想碰撞，能为更多普通人参与基金理财，推动基金理财行业的普及和发展提供更大的机会。”

“宝宝”们的春天

以余额宝为代表的各种互联网理财产品层出不穷，并且以其低门槛、高收益、便捷等诸多优势吸引了越来越多的投资者，尤其是年轻人正在改变习惯多年的银行存款方式，并逐渐远离一度风风火火的银行理财产品，纷纷将钱投在互联网金融产品上。互联网理财产品凭借其较高的年化收益给中国的投资理财市场带来一股强劲的春风，受到了大众投资者的欢迎。

自余额宝上线以来，互联网金融以其迅猛的发展势头，在国内掀起了一场史无前例的金融创新浪潮。巨大的“诱惑”面前，互联网企业、传统基金机构都按捺不住了，纷纷“跨界”进入互联网金融行业，与余额宝争抢互联网理财这块大蛋糕。

2013年10月28日，“百度理财平台”上线，与华夏基金联合推出首项理财计划“百发”，目标年化收益率8%。其所售理财产品仍受热捧，短短几个小时，销售额即已超过10亿元，参购用户超12万人。

就在百度和余额宝争夺市场的同时，新浪、网易获得支付牌照，新

第四章 余额宝：开启互联网金融的钥匙

浪发布“微银行”。新浪支付副总经理戴庚透露，将通过微银行涉足理财市场，此外，消费者在微银行还可办理开销户、资金转账、汇款、信用卡还款等业务。此次新浪推出“微银行”被视为吹响了全面进军支付业务的号角。

腾讯也不甘示弱，发布微信 5.0 版，联手旗下财付通，将消费和支付渠道上线打通，新增的支付功能为其涉足金融行业铺设道路。2014 年 2 月 14 日，腾讯与银河基金合作的“定投宝”上线。与之前余额宝和微信理财通挂钩货币型基金不同，腾讯“定投宝”挂钩的基金类型是股票型指数基金，投资方向是股票市场，因此也具有更高的收益和更大的风险。不过与其他股票基金相比，“定投宝”门槛降低到类似于货币基金的水平，购买金额 10 元起，且进出无任何手续费用，目的是吸引更多的互联网理财用户。

受互联网企业各种“宝”的启发，银行也纷纷行动。eBay 和平安旗下金融科技咨询公司合作，平安金科联手平安银行推出一款互联网金融产品，为 eBay 卖家提供无抵押无担保的信用贷款；广发银行与易方达合作推出一项名为“智能金账户”的新业务，通过网银平台整合借记卡、信用卡及货币基金三类金融产品的全部功能，本质上是将货币基金的实时赎回，与支付、转账、还款、购物一站式相连；交通银行与多家基金公司推出理财增值服务产品“快溢通”，将借记卡买货币基金、借记卡自动为信用卡还款连接起来，持卡人开通“快溢通”后，其借记卡留存一定资金，剩余部分将自动购买货币基金。

就这样，在余额宝的带动下，定期宝、活期宝、现金宝、收益宝等类似产品不断涌现。它们以各自所绑定基金的高额收益、托管费手续费

的优惠、快速取现赎回等方面的优势，作为吸引互联网用户选择自己的法宝。

目前，各类“宝宝”主要分为四种类型。

第一类是具备支付功能的产品。例如余额宝，除了具有货币基金的基本属性，余额宝集收益、资金周转和支付功能于一身。更突出的是其支付功能，在国内最大的购物网站——淘宝网购物可以直接使用余额宝中的资金进行支付，还可以进行话费充值等。另外，余额宝里的资金能一键转出至支付宝账户，继而可以使用支付宝具有的缴纳日常水电费、信用卡还款、跨行转账等功能。余额宝推出不久后，苏宁云商发布公告，公司下属子公司易付宝获得了基金销售支付结算业务的许可。同时，易付宝目前已经基本开发完毕，将上线运营。

第二类是基金公司在自己的直销平台上销售的产品。据统计，自货币基金 T+0 快速赎回业务获批以来，已先后有几十家基金公司的货币基金在公司的直销平台实现了 T+0 快速赎回，推动了基金公司理财产品的发展。在赎回上限的设置上也逐渐宽松，大部分基金公司规定的单日赎回上限在 20 万元到 50 万元之间，富国、嘉实、工银瑞信、广发等基金公司的单日赎回上限设置在 100 万元以上，汇添富和融通的单日赎回上限达到 500 万元。

第三类是互联网公司和基金公司联合开发的理财产品，如微信理财通、百度理财等。

第四类是银行自己发行银行端现金管理工具，各大银行本身也有现金管理类工具，这些大多是以银行理财产品的形式出现，不能做到 T+0 快速赎回。随着各种现金宝产品的陆续出现，银行也开始加强与基金公

第四章 余额宝：开启互联网金融的钥匙

司的合作，推出了一些新型现金管理工具。如平安银行的平安盈、广发银行的智能金、交通银行的实时提现等。

脱颖而出的“宝宝”们，成为我国互联网金融增长最迅猛的产品，逐渐形成了一股推动我国金融改革的强大力量，互联网金融市场一下子热闹起来，让老百姓钱包里的钱也蠢蠢欲动起来。

第五章

颠覆性创新：P2P网贷

P2P 网贷是什么

近年来，互联网与金融行业的融合不断加深，自 2012 年下半年开始，互联网金融受到了越来越多人的关注，互联网对金融这个传统行业的影响越来越明显。“互联网金融异军突起”，这是今年两会上国务院总理李克强在做政府工作报告时，回顾过去一年取得的成绩时提到的。而 P2P 网贷模式，作为互联网金融的革命性创新，如雨后春笋一般快速增长。

P2P 网贷的英文全称“peer to peer lending”，即点对点，个人对个人的信贷平台。其实 P2P 的存在由来已久，这种类型的借贷自古有之，我们称之为“民间借贷”。P2P 网贷是指个人与个人间的小额借贷交易，通过网络借贷平台将分散的小额资金聚集起来，借贷给有资金需求人群的商业模式。一般需要借助网络平台帮助借贷双方确立借贷关系并完成相关交易手续。借款者可自行发布借款信息，包括金额、利息、还款方式和时间，实现自助式借款；借出者根据借款人发布的信息，自行决定借出金额，实现自助式借贷。

简单地讲，出借人将手中的闲钱，通过中介机构牵线搭桥，将资金

第五章 颠覆性创新：P2P网贷

贷给其他需要钱的人，并获得相应的贷款利息，中介机构仅收取账户管理费和 service 费等收入。这种操作模式依据的是《合同法》，其实就是一种民间借贷方式，只要贷款利率不超过银行同期贷款利率的 4 倍，就是合法的。

2005 年，在英国首次出现个人对个人的网络借贷模式服务平台，通过制定交易规则来保障交易双方的利益，同时还会提供一系列服务，包括对借款方的家庭情况、偿还能力、经济效益周期、发展前景等情况进行详细的考察，并收取账户管理费和 service 费等收入。随着 Lending Club、Prosper、Zopa、Kiva 等国外代表性企业的崛起，P2P 网贷的风暴开始席卷全球。银行传统的增长模式遭遇发展瓶颈，小微企业和个人的小额贷款需求却日益强盛，P2P 小额借贷方式迅速在中国发展壮大起来。P2P 网贷与银行借款相比，优势比较突出。

首先，P2P 借贷双方范围比较广泛。P2P 针对非特定的主体，借贷方主要是个体商户和需要周转资金的中小企业，可以通过 P2P 网贷平台申请无抵押借款。对于投资方门槛也较低，参与方式灵活，流程简单。

其次，门槛低、渠道成本低、交易方式灵活。P2P 网贷使每个人都可以成为信用的传播者和使用者，信用交易可以很便捷地进行，包括借贷方借贷金额、利息、还款期限和方式、投资方理财时间长短、金额高低的多样化，可根据不同客户的需要进行选择。每个人都能很轻松地参与进来，借助网络将社会闲散资金更好地进行配置，将中高收入人群的闲置资金合理地引向众多信用良好且需要帮助的中低收入人群及创业人群，具有相当大的公益性质和社会效益。

第三，收益风险分散、可控。大多数 P2P 网贷平台的收益都远远高

于余额宝等理财产品，更是银行存款利息的数倍，这也是 P2P 如此打动人心的主要原因。而且出借人将资金分散给多个借款对象，同时提供小额度的贷款，风险得到了最大程度的分散。

金融市场格局不断演变，传统经济发展模式也受到了一定影响。融资渠道的多样化改变着人们的生活，银行贷款不再是唯一途径，民间借贷以其灵活方便的优势迅速走向市场，并获得不少人的青睐。近年来，小微企业面临资金周转困难，银行借贷成了创业者面临的一个重要难题。P2P 平台有效弥补了这一缺陷，作为现代金融与网络信息技术结合的产物，具有成本低、效率高、服务面广等优点，且其业务和服务不受时间和空间的限制。从这一意义上讲，传统金融的诸多方面不及网贷。因此，网贷的发展是对传统金融的一种冲击，冲击的结果是推动传统金融业进行创新。

有闲散资金的投资人能够通过 P2P 平台找到并甄别资质好的有资金需求的企业主，获得比较高的收益；有资金需求且又在银行贷不到款的中小企业主可以通过 P2P 平台申请借款，流程简单方便，极大提高了企业主的融资效率。对社会来说，这种模式提高了资金利用率，遏制了高利贷的滋生和蔓延，有利于经济发展和社会稳定。P2P 网贷延伸了原有的民间借贷的范围，满足了企业和个人对资金的需求，更有利于中小型企业和个人平等、自由地获取金融服务。因此，P2P 金融模式自诞生以来，从欧美迅速扩展，在世界范围内得到广泛应用。

P2P 网贷的前世今生

21 世纪的今天，互联网已经渗透到我们生活的各个层面，金融行业也不例外。互联网技术的快速发展和普及，让 P2P 似乎一夜之间遍地开花。P2P 网贷模式究竟从何而来？其实，最初的 P2P 带有一定的公益色彩。慈善机构原本的模式可定义为“P2B2P”，就是将个人捐赠的资金集中起来，再选择对于社会发展有价值的项目，如医疗、教育、扶贫等，机构负责对所选项目的意义、价值、实施、效果等方面进行评估和监管。而这一模式的出现让捐赠者和被捐赠者可以在一个低成本、透明的平台上，直接完成信息交换和资金支付。

P2P 网贷模式起源于国外，业界普遍认为这一模式是由 2006 年“诺贝尔和平奖”得主尤努斯教授（孟加拉国）首创。1974 年孟加拉国大饥荒时期，经济学家穆罕默德·尤努斯碰到了一名制作竹凳的赤贫妇女，因为受到放贷人的盘剥，她一天连 2 美分都挣不到。尤努斯于是掏出 27 美元，分别借给 42 个有同样境遇的女人。尤努斯希望这些人能借助这笔钱摆脱廉价出卖劳动力的命运。当年，以此为目的的“格莱珉银行”成

立了。1983年，当局允许其正式注册，这被普遍认为是全球第一家小额贷款组织。30余年来，尤努斯创办的无抵押微额贷款银行已经帮助数以百万计的孟加拉国贫民摆脱了贫困，他本人则被世界公认为“微额贷款”模式的主要创始人之一。

2006年年底，尤努斯获“诺贝尔和平奖”，这让被称为“穷人银行家”的尤努斯有了更大压力，他说：“这对我我和我的国家是好消息，但也让我们背上更多责任。孟加拉必须消除国内贫困并为在世界范围内根除贫困付出更多努力。全世界抗击贫困的战斗将会进一步升级，在世界大部分国家，这场战斗都将通过小额贷款的方式进行。不应当有贫困，无论任何地方。”当人们认为这是一种纯公益性质的贷款行为时，这批小额贷款却实现了98.7%的高偿还率。这一模式所取得的经济效益和社会效益震惊了全世界。

不过，真正的P2P网贷形成于互联网技术成熟后。2005年3月，英国人理查德·杜瓦、詹姆斯·亚历山大、萨拉·马休斯和大卫·尼克森4人共同创办了全球首家P2P网贷平台Zopa，提供的是P2P（person to person）社区贷款服务。

Zopa是基于21世纪计算机网络技术的快速发展应运而生的新模式，网络的高效化使传统的借贷模式可以直接跨越到个人对个人放款模式，省去了中间银行，这也是Zopa所宣称的“摒弃银行，每个人都有更好的交易”的来源，P2P网络借贷充分发展的结果是把银行从借贷业务链中挤出去。在该模式下，Zopa首先将借款人分为4个信用等级，出借者可根据借款人的信用等级、借款金额、利率和借款期限进行选择。Zopa在整个交易中代替银行成为中间人，承担包括双方交易中所有事务、法律

第五章 颠覆性创新：P2P网贷

文件、信用认证、追讨欠账等责任。很快，这种“脱媒”的金融模式就以其高效便捷的操作方式、个性化的利率定价机制、借贷双方互惠双赢等优势迅速风靡西方国家，一时间欧洲各国、美国的 P2P 公司遍地而起。

经过了几年时间的发展，现在西方国家的 P2P 竞争态势趋于明朗。2006 年，美国一家名为 Prosper 的网贷平台成立，Prosper 可以实现用户之间的资金借入或借出，整个过程无须银行的介入。借入人只需在 Prosper 网站输入需要借贷的金额，网站就会自动出现最高利率；投资人则可以寻找自己中意的金额与利率，同时参考借贷者的信用，决定是否投资。Prosper 是目前美国 P2P 网贷市场的第二大公司，其市场份额占 35%。2007 年成立的 Lending Club 后来居上，现已经成为美国第一家上市的网络借贷服务商，也成为行业领头羊。该公司对媒体表示，预计 2015 年将完成 76 亿美元的在线贷款，超过去年 44 亿美元的规模。

中国的 P2P 公司很多都是由小贷公司演变而来的，2006 年，P2P 模式传入中国，刚开始成立的公司并不多。2006 年唐宁成立宜信公司，其信贷服务也是从公益性质的助学贷款开始，逐渐拓展到个人信贷领域。随着改革开放的深入，经济发展迅速，中国的金融管制逐步放开，融资需求日渐旺盛，相对落后的传统银行服务已无法满足人们理财的需求，因此，网络借贷模式自引入中国起便获得爆发式增长。

可以说，P2P 网贷是传统民间借贷在互联网平台上的延伸。小额借贷逐渐由单一的线下模式，转变为线下线上并行，随之产生的就是 P2P 网络借贷平台。P2P 网贷是典型的互联网金融模式，借贷双方作为参与者，在信息相对对称的市场中自由获取金融服务。这使更多人享受到了 P2P 小额信贷服务。P2P 网络借贷平台发展的另一个重要目的，就是通过这

种借贷方式来缓解人们因为在不同年龄时收入不均匀而导致的消费力不平衡问题。随着互联网技术的发展，社会的进步，P2P网贷模式的正规性与合法性会逐步加强，P2P网贷也将开创国内互联网金融的新纪元，实现普惠金融的理想。

国外 P2P 网贷那些事儿

进入互联网时代的 21 世纪已走过十多个年头，互联网与金融的结合日益深化，从最初的网上银行服务到现在的 P2P 小额贷款等，互联网金融的迅速发展超出了人们最初的想象。P2P 网贷是一种对接小微领域融资、投资的新型借贷方式，借助了互联网的优势区别于传统借贷，展现出旺盛的生命力。

真正的 P2P 网贷模式起源于英国，2005 年 3 月，全球首个 P2P 网络小额贷款平台 Zopa 成立。英国是银行业相当集中的国家，5 家大型银行几乎垄断了整个行业。然而，这种垄断性却增加了个人与企业的贷款难度：贷款速度慢、贷款种类太少、贷款难、贷款手续冗长，店大欺客，银行体制已存在多种问题却不解决，使得人们对于银行贷款越来越不满。Zopa 的成立为有资金需求和有闲置资金的个人及小型企业提供了一个互动平台。在 Zopa 平台内，出借人报出期望的贷款利率，参与竞标，利率低者胜出。借款人可借入 1000 至 15000 英镑的借款，借款资金均是按月偿还，但借款人提前还款不会收取任何的违约金或罚息。Zopa 的收入包

括收取借款人每笔 0.5% 以及出借人年借款额 0.5% 的服务费。

2007 年，Zopa 分公司在美国成立，但受金融危机影响，于 2008 年 10 月关闭。2011 年，与英国其他两家大型 P2P 借贷公司 Funding Circle 和 Ratesetter 共同成立，并加入英国 P2P 金融协会。2012 年，Jacob Rothschild 注资 Zopa，同时英国政府也向其发放 9 万英镑助其运营、发放贷款。如今，Zopa 是英国最大的 P2P 网贷公司。

2005 年，P2P 网贷模式就传入美国，同年 10 月 Kiva 创立，它是为创业者提供支持的美国主要非营利平台，为了通过借贷来解决贫困问题，Kiva 募集了来自放款者的无息资金，为世界 130 多个小额信贷机构进行融资，向发展中国家的创业者提供小额贷款。Kiva 在其平台上检查、评级和监管每个小型信贷机构，并且提供风险评级，为投资者的决策作参考，根据偿还前期贷款的情况、经营时间和贷款总金额等项目把申请者分级。一笔贷款的总金额募集完成，Kiva 使用 PayPal 将贷款转账给 Kiva 的当地合伙人。当地合伙人一般是发展中国家当地的小额金融服务机构（MFI），他们负责找寻、跟踪和管理企业，同时负责支付和收集小额贷款，最后将到期的贷款收集齐后返还给 Kiva，Kiva 再通过 PayPal 返还给出借人。

据相关调查研究表明，全球在线 P2P 借贷平台的类型和运营模式都有自己的特点，大体上可将它们分成两类——营利性和非营利性的平台。营利性平台上的出借方主要希望获得合理收益同时承担相应的风险，而非营利性平台上的出借方一般对收益不做要求，他们只是想通过借贷方式帮助世界各地的人们。Kiva 的管理平台和在线论坛的信息显示，许多贷款者表明他们参与 Kiva 的借贷是因为他们希望帮助发展中国家的人民

第五章 颠覆性创新：P2P网贷

摆脱贫困，提高生活水平。

2006年，美国P2P行业进入快速发展期。同年2月，美国最大的营利机构平台之一Prosper上线运营，其功能同Zopa类似，但运营模式有所区别。需要资金的人只需在Prosper平台输入需要借贷的金额，就会自动出现最高利率；有钱可供出借的人则可以寻找自己中意的金额与利率，同时参考借贷者的信用，再以自己愿意提供的金额和利率竞标，利率最低者将会中标。Prosper的收入来自借贷双方，从借款人处提取每笔借贷款1%—3%的费用，从出借人处按年总出借款的1%收取服务费。

Prosper的创始人克里斯·拉尔森将他的公司比作eBay。不同在于eBay拍卖的是商品，而Prosper拍卖的则是贷款。Prosper需要完成的工作就是确保安全、公平的交易，包括贷款支付和收集符合借贷双方要求的借款人和出借人。2008年，美国证监会认为这种P2P的借贷模式不合法，勒令Prosper关闭。2009年，加州允许Prosper重新开业并重新从事P2P信贷业务。

2007年5月，美国另一大P2P平台Lending Club上线，旨在帮助贷款者无须通过银行，直接通过平台获得比银行贷款利息更低的小额贷款，而借款者又可以在借款后获得比银行存款利息更高的借款利息。该平台是针对美国用户的私人借贷平台，根据贷款人的各种信用信息包括FICO信用分数把借款分成不同的风险等级，风险越高，利率越高；而借款人可以根据自己的需求选择自己信任的贷款人放贷。Lending Club发展迅速，以经营线上P2P贷款撮合业务闻名，目前占据美国P2P借贷市场79%的份额，成为美国在线P2P最大的平台。

经过了几年的发展，现在国外P2P竞争态势趋于明朗，美国市场主

要由 Lending Club 和 Prosper 垄断，占近 80% 的市场规模。英国的市场则由少数几家 P2P 公司控制，鼻祖 Zopa 成为英国最大的平台。在欧洲大陆、日本、韩国的 P2P 市场也均由少数公司控制。这局面与中国的 P2P 市场截然不同，P2P 传入中国后迅速发展，百花齐放。

P2P 网贷在中国的崛起

在英国、美国等西方国家盛行的 P2P 模式很快就被引进到了中国。2007 年，拍拍贷在上海成立，国内 P2P 网贷正式起家，从此各式各样的网络借贷平台陆续出现。发展到 2011 年，大批的 P2P 网贷平台涌现出来。据不完全统计，截至 2012 年底，国内 P2P 网贷平台已超过 2000 家，网贷平台（包含线下放贷的部分）全年交易额已超过 200 亿元。

很多业内人士对 P2P 在中国的爆发一点也不觉得意外，就如同团购模式一样，任何在国外流行的互联网商业模式都会被拷贝到中国来，国外的 Prosper、Kiva、Zopa、Lending Club 等模式，复制到国内也形成拍拍贷、人人贷、宜信、红岭等多种模式。

作为舶来品的 P2P 早在 2006 年就已经在中国出现了萌芽，宜信公司推出个人对个人的信贷服务，开始为借款人和出借人提供包括信息匹配、信用审核、风险管理等方面的系列综合服务。起初，宜信的业务模式属于线下模式，由传统的民间借贷发展而来，网络只是一种宣传渠道，旨在吸引出借人和借款人到公司洽谈业务。宜信采用的是债权转让模式，

这种模式跟国内很多 P2P 的模式截然不同，不单是线上线下的区别，还有操作方式的区别。平台资金大部分都挂在公司高管的账户上运行，由公司高管个人先将钱出借给借款人，然后从金额和时间上拆细债权，转让给出借人。借款人每月还款，出借人每月可以动态地了解每一笔借款的偿还、收益等信息，出借人可以在第二个月得到所还本金和收益。

在风险控制方面，宜信提供个人对个人的小额贷款需求的实时匹配，将出借人的款项打散，做一份多人借款的合同给出借人，等到款项到第三方账户，合同正式生效，以分散资金风险，并引入信用分析和决策管理技术提供商 FICO 的信用评级技术制定信用评估、核查制度和流程。同时，平台从佣金中提取相当于贷款金额 2% 的风险准备金，一旦发生坏账，便将本息全额赔付给出借人。这种模式下的贷款质量相对较好，风险较低，收益也相对更低，但存在演变为非法集资的风险。宜信线下债权转让模式颇具中国特色，在国内市场迅速发展起来。

2007 年，国内首家 P2P 网络借贷平台拍拍贷在上海成立，让很多敢于尝试互联网投资的投资者认识了 P2P 网络借贷模式。拍拍贷是中国首家 P2P 纯信用无担保网络借贷平台。它借鉴了 Prosper 的模式，采用竞标方式来实现在线借贷。借款人交易和按期还款次数越多，信用级别就越高。借款人只需在拍拍贷上说明借款原因、设定借款额度和借款期限，就能以不超过银行基本贷款利率 4 倍的借款利率获得借款。一般多个出借人出借小额资金给一个借款人，以分散风险，借款人按月还本付息。

此时，中国 P2P 还处于初始阶段，尚未结合中国国情做好落地和本土化。全国的 P2P 平台迅速发展到 20 家左右，绝大部分创业人员都是互联网创业人员，没有民间借贷经验和相关金融操控经验，因此他们借鉴

第五章 颠覆性创新：P2P网贷

拍拍贷模式以信用借款为主，只要借款人在平台上提供个人资料，平台进行审核后就给予一定授信额度，借款人基于授信额度在平台发布借款标。2009年上半年以前，拍拍贷的半年计成交额不足1000万元，2009年以后快速增长，2012年上半年已累计成交1.8亿元左右。

2009年，红岭创投在深圳成立，成为国内首家有担保网贷平台，主要借鉴P2P网贷模式的缔造者Zopa的经验。在拍拍贷的运营模式上，收取借款人10%的借入金额作为保证金。红岭创投与拍拍贷最大的区别在于引入了由其控股90%的深圳可信担保有限公司，为交易双方提供信息咨询和有偿担保。在这一模式下，P2P平台不再是单纯的中介：一方面网贷公司对出借人的资金提供担保，另一方面也重视贷后资金的管理，同时扮演了担保人、联合追款人的复合中介角色。对VIP（贵宾）客户，普通标逾期一个月后，红岭创投垫付当期应还本金；推荐标逾期后，红岭创投垫付当期本金和利息；快借标则在逾期当天，红岭创投垫付当期本金和利息。在具体的收费上，红岭创投对于具有足额抵押的借款项目收取管理费、担保费、利息和滞纳金，对于不足额抵押的在足额抵押的基础上再多收取每月0.3%的担保费。在投资人收回本息后，红岭创投将利息所得的10%作为分成收入。这种模式的风险控制力度较大，投资风险比较小，而投资收益也相对较低。此后，多家P2P平台如哈哈贷、开开贷开始复制这种模式。

随着各地政府鼓励和支持设立企业化运营的民间借贷信息网络平台，探索通过信息技术和金融创新推动民间借贷市场规范发展。2013年8月发布的《国务院办公厅关于支持小微企业发展的实施意见》中明确指出：“充分利用互联网等新技术、新工具，不断创新网络金融服务模式。”

鼓励和扶持发展以 P2P 网络借贷为重要组成部分的互联网金融业态。人人贷、陆金所等一批知名 P2P 借贷平台随之兴起，网络投资理财与借贷已经逐步进入大众视野范围。

以国外 P2P 发展经验来看，P2P 并不是昙花一现的，而是在整个互联网时代的大浪潮之下对既有金融市场的一个补充。专家预测 2015 年年底网络借贷平台月成交金额会达到 1000 亿，中国的利率市场化才刚刚开始，在这个大环境下，P2P 在中国的发展比之欧美有更大的机遇，P2P 网贷这艘金融巨轮即将扬帆起航。

众军抢占 P2P 市场

长期以来，资金短缺一直是制约中小企业发展的重要问题，去银行贷款，常因繁杂的审批错失商机；找民间贷款，巨额的利息压得企业喘不过气来。P2P 模式省略了传统借贷中的中介机构——银行，取而代之的是贷款者与借款者的直接交易。借款者可以省去在银行借款的繁杂手续，简单快捷地获得借款；贷款者将其作为一种低风险的投资，并且回报率较为可观，这让 P2P 自出现就备受各方喜爱。

在 2015 年 3 月 5 日召开的十二届全国人大三次会议上，李克强总理的政府工作报告对互联网新经济寄予厚望，报告中把互联网金融表述为“异军突起”，要求促进“互联网金融健康发展”，互联网金融迎来发展的春天。网贷之家发布的 P2P 网贷行业 2015 年 3 月月报显示，P2P 网贷行业历史累计成交量已突破 5000 亿元，预计 2015 年 P2P 网贷行业全年成交量将突破 6000 亿元。如此火爆的市场不但引得互联网巨头纷纷加入 P2P，就连银行、传统融资担保行业也挥舞大旗进军 P2P 市场，欲在庞大的市场中分得一杯羹。

随着拍拍贷、人人贷、宜信等 P2P 不断涌现、风生水起，P2P 这块“大蛋糕”互联网企业不会轻易放弃，他们在 P2P 行业布局的动作就一直不断。继联想杀入 P2P 市场之后，搜狐、阿里巴巴已经按捺不住，强势宣布进军互联网金融市场。2014 年 8 月，阿里小微金融服务集团的金融服务平台招财宝上线，阿里巴巴前期以余额宝试水互联网金融，一举打破了银行垄断存款的格局。如今阿里巴巴再次发力互联网金融，进入 P2P 网贷市场。

同年 9 月 2 日，搜狐旗下 P2P 平台搜易贷上线，搜狐发布搜易贷平台，距离阿里小微金融服务集团发布招财宝不足一周。对于搜狐进军互联网金融的原因，搜易贷 CEO 何捷表示：“我国的金融市场距离真正的市场化还有距离，而互联网能改善这一现状；普通投资人的投资渠道有限，但投资需求却依然在那；传统金融机构的服务水平不佳，用户体验不好。搜易贷可以利用互联网技术让信息更加充分，个人和小微企业贷款不再困难，普通老百姓获得更多收益。”

紧接着，9 月 18 日，和讯网宣布进军 P2P 行业，推出和贷盈网贷平台。据悉，和讯网进入 P2P 市场所采用的模式是通过多级筛选和电子化交易平台的 P2P 网上超市模式。此时，京东 P2P 平台也已经开始内测，开始着手布局 P2P 平台。进入互联网金融领域，京东延续了电商大战时瞄准不同市场定位的策略，优先尝试供应链金融服务。

和传统的 P2P 平台相比，互联网巨头最明显的优势就是品牌优势，双方的品牌信任度不是简单地用等量级衡量，互联网巨头可以轻轻松松地引入百万级的用户量。“互联网公司专业性强，资本实力比较强，万一出现问题，抗风险能力也强一些。包括大交易数据、大交互数据和

第五章 颠覆性创新：P2P网贷

大金融数据，都将成为互联网企业做 P2P 的优势。”中央财经大学教授、中国银行业研究中心主任郭田勇表示，互联网企业不仅在流量、平台、用户数据上拥有天然的优势，在数据分析、信用审核和互联网化交易等方面也具有明显优势。互联网巨头最核心的优势就是他们有最核心的数据，基于大数据的风控就能够对企业进行授信。尤其是在行业无法获得央行征信数据的情况下，互联网企业的大数据优势凸显。

让 P2P 市场的竞争进入白热化阶段应该是银行“正规军”的加入。其实，银行早已进军 P2P 行业。如国家开发银行下属的子公司国开金融有限责任公司联合江苏金农公司打造的开鑫贷、包商银行旗下的小马 bank 和民生银行旗下的民生易贷。不少银行都正在摩拳擦掌准备进军 P2P 行业。与民间 P2P 相比，由银行搭建的 P2P 平台无论在融资安全性还是风险控制方面都更具优势。专业人士认为，未来会有越来越多银行进军 P2P 领域。P2P 第三方机构网贷之家创始人徐红伟也透露，农行、浦发将效仿招行，试图杀入 P2P 行业。

中央财经大学教授、中国银行业研究中心主任郭田勇表示：“传统银行业与互联网金融相结合，可以很快地把业务规模做上去，应该可以视作银行在利率市场化进程和探索转型之路上的一种创新。”随着上市公司、传统金融企业、互联网公司进入 P2P 网贷行业，网贷平台的综合实力正在逐渐提升，新平台的资本实力日渐雄厚，使得人们对这一被市场认为是野蛮生长的领域有了新的认识，并随着监管政策的落地，P2P 行业走上健康可持续发展的道路。

中国 P2P 网贷走向何方

从 2006 年的萌芽状态，到如今各种 P2P 平台层出不穷，P2P 行业经历了一个迅猛发展的过程。随着 P2P 网贷模式的兴起，阿里巴巴、京东商城等互联网企业试水金融业，招行、建行等大型银行也在一步步深入互联网领域。看起来，互联网金融正逐渐走向舞台的中央。

随着各路资本的涌入，P2P 行业继续爆发式增长。银行系、国资系、上市公司系、民营系以及互联网系五大 P2P 网贷阵营迅速形成，利用各自的优势进行扩张与发展，P2P 行业或将迎来一次大洗牌。业内专家表示：“政府监管部门的政策是对行业影响最大的因素，如果一系列的行业标准政策实施的话，那么会有超过一半的平台因达不到要求而被清理。可能最后，十几家大平台要占到整个市场七成的份额，而其他中小平台再来竞争剩下的市场空间。以此来看，目前近 2000 家 P2P 平台会有一轮大洗牌。”

随着市场环境的变化，以及监管制度在着手完善，可以预计，中国 P2P 行业洗牌在即，随着监管规则的出台，各类 P2P 平台将会在金融格

第五章 颠覆性创新：P2P网贷

局变化和行业变迁中遭受新的洗礼。最终 P2P 市场上或许会出现“多强争霸”和“百家争鸣”的局面，即几家大的 P2P 平台占据很大一部分市场份额，而众多家中小平台争夺其余份额。

在行业洗牌提速的大趋势下，市场竞争日趋激烈，未来的 P2P 行业将会是朝着越来越细分化、产业化的方向发展。在产品布局上，利用各自的优势走差异化路线，形成精细化、专业化的特色是未来的可行选择。有些 P2P 平台开始与大型企业合作，来为其上下游中小企业或个人客户提供融资支持，精准地提供更多更好的服务，降低成本、提高效率、降低风险。对这些大型企业而言，P2P 网贷平台不仅可以帮助其拓展金融业务，获取新的收益来源，更重要的是强化了产业链整合，形成了全新的行业生态模式。

激烈的竞争也使 P2P 行业在地域分布上出现新的格局。现在，国内一二线城市的 P2P 网贷市场已经较为成熟，尤其是一线城市的互联网金融投资、投资理财服务竞争已经十分激烈。P2P 平台的地域分布，主要集中在一线城市，尤其是北京、上海、深圳、广州。而国内三四线城市和广大农村地区，其融资渠道相对更为缺乏，融资需求更为迫切，市场潜力和发展空间将更大。随着一线城市竞争的加剧，包括正规金融机构服务的改善，这些平台纷纷开始向二三线城市转移，这种转移的趋势也可能在未来几年持续下去。

P2P 行业的收益率趋于正常，过去动辄年化收益 20%、30% 甚至更高的收益将不会再出现。随着人们投资理财观念的加强和对网贷行业的不断认可，将会有越来越多的投资人和资金投入 P2P 行业。资金不断累积、P2P 网贷企业综合能力增强，势必会导致获取资金的成本降低，

即收益率的降低。无论是投资人的回报率，还是借款人付出的资金成本，可能都会下降。从 P2P 行业发展的大环境来看，越来越多的上市公司、国企、基金、银行等涉足网贷行业，具有这些背景的平台，拥有极好的公信力和资金保障安全机制，所以收益率普遍低于 10%，进一步拉低行业平均收益率。

然而，伴随着交易规模的高歌猛进，P2P 的行业风险也加速暴露，倒闭平台数量增加。从 2013 年 9 月份开始集中出现 P2P 借贷平台的倒闭潮，并一直延续至今。不少受访的 P2P 业内人士认为，2015 年，在监管政策渐行渐近、行业竞争日趋激烈的大环境下，上述“冰火两重天”的境况还将加剧。

在风险事件频频发生的情况下，风险管理能力是 P2P 网贷公司的核心竞争力。P2P 行业更加重视征信体系，有些 P2P 平台正在成立规模化的公司，甚至自己向征信机构转型。未来 P2P 网贷公司风险控制的核心在于建立数据化风控模型，采用大数据分析来判断个人或企业还款能力等，这就需要 P2P 网贷平台建立数据化的征信系统。

竞争适者生存，合作才能发展，现在我国的 P2P 平台有 2000 多家，数量非常惊人，但是这些平台的实力参差不齐，几乎每天都有平台关门的消息传出。未来，P2P 行业想要持续发展就需要和商业银行、电商平台、小贷、担保、保理公司等机构加强合作，建立联盟才能在未来的市场竞争中脱颖而出，这将会成为未来 P2P 行业发展的一大趋势。

中国式 P2P 在创新和异化的道路上一路狂奔，发展至今，有喜人的成绩也存在严重的问题，投资潮与倒闭潮同时出现，而随着相关政策的出台，整个行业将出现分化、洗牌与成型。而在当下的“群雄乱战”中，

第五章 颠覆性创新：P2P网贷

如何抓准未来的发展形势，找准适合自己的模式与定位，在规模扩张与资金安全间取得平衡，是考验着整个 P2P 行业的问题。

不管怎么创新，风险控制是关键

在众多的互联网金融业态中，P2P 网络借贷平台凭借高投资回报率的优势，赢得了许多互联网金融投资者的青睐。P2P 从市场初期的几十家平台到现在数千家平台争抢市场，从最初年成交过亿到近年来的千亿市场规模，这些数据无不说明市场的火爆。然而行业爆发式发展的背后，也少不了“暗流涌动”，负面消息也随之而来，诈骗跑路潮、干爹打脸事件、平台虚假宣传，均折射出该行业存在严重的风险。

陆金所、红岭创投等行业知名平台，不断被坏账缠身，其他排名靠前的网贷平台，所面临的风控压力也不小。“我们的年坏账率为 5%—6%，而 P2P 行业如果风控能力不强，坏账率将达到 10%—15%。”某平台此言论一出，引来业界一片哗然。

互联网金融的本质是金融，而金融的核心竞争力是风险控制，P2P 投资理财平台一次又一次的跑路潮，大平台也频频曝出坏账的消息，多少投资人不幸踩雷。尽管乱象丛生，倒闭跑路者比比皆是，但 P2P 网贷的市场热度却丝毫没有冷下来的迹象。在一次又一次的痛定思痛后，风

第五章 颠覆性创新：P2P网贷

险控制成为各 P2P 平台发展最重要的部分。

一方面是如火如荼的市场，一方面是缺乏监管而导致的各种乱象，形成这种“冰火两重天”的局面主要是因为中国的征信体系不健全以及行业的监管迟迟无法出台，使得很多平台游走在监管的边缘，导致风险的发生。

同国外模式相比，目前我国的信用体系仍处于初建阶段，国内缺乏类似于欧美的完善的个人信用认证体系。数据显示，我国企业每年因信用缺失导致的经济损失高达 6000 亿人民币。虽然国家级信用信息平台已经在酝酿建立，但具体信息尚不对公众公开。央行的征信管理系统目前也并不允许网贷平台调用个人征信信息。因此，目前国内 P2P 网贷缺乏有效的外部监管和信用记录信息，风险控制几乎不得不完全依赖平台内部机制，从而大大增加了国内 P2P 网贷的运营成本和坏账风险。

在我国信用体系不完善的情况下，要做好风控，保障投资者的利益，P2P 平台必须不断在风控手段以及商业模式上进行创新，才能求得生存和发展。网贷平台除了必须具备一套自己的风控系统和专业风控人员外，还需要通过创新商业模式降低信用风险。目前，主要 P2P 网贷平台大多在这一方面进行了有益探索。

现在，有很多大平台的风控团队由数位来自银行、担保机构的资深信贷从业人士构成，依据银行、担保行业的风控标准及自身十多年的风控经验，对线下发展的借款项目以及合作金融机构提供的借款项目进行严格审核，严格执行。摒弃只依靠单纯线上审批的机制，结合线下进行实地考察征信，去分辨材料真假、判断经营情况。有关人士表示：“平台上所有的项目均由合作的担保机构提供 100% 的连带责任保证担保，保证投资人的本息安全。”

中国 P2P 所处的环境与发达国家仍有较大的不同，整个市场的透明度还不高，法律上还面临着“非法集资”等法律条款限制。P2P 平台质量参差不齐，没有成熟的监管模式，这一向是 P2P 行业快速发展中的短板。监管的漏洞给了部分恶意创办的网贷平台提供了利用管理不严的资金托管机构进行欺诈的机会。

近年来，互联网金融成为热点话题，尤其是在 2015 年的两会上，也有提及。P2P 的发展也已经受到了各方的重视，这将有助于这一行业尽快获得监管政策的支持，P2P 的阳光化、互联网金融规范化即将到来。在最近相关监管部门领导的表态中，监管政策大体框架已定，监管部门对 P2P 行业的一些基本原则已经基本确立，细则还在制定当中，P2P 行业监管政策也将正式出台。P2P 行业健康稳定的发展离不开合理、适度的监管体系。现在 P2P 网贷已经进入“百家齐鸣”的格局，政府应出台监管政策以规范行业发展，引领行业步入可持续发展的轨道。

另外，征信体系和监管政策都是外在因素，P2P 行业要想可持续发展，平台的自我约束才是关键。良好的自律是一个行业持续发展的重要因素，P2P 行业同样如此。平台的自我约束，行业协会、信贷联盟等行业机构的成立推动 P2P 行业自律发展。

P2P 作为面向个人和小微企业的融资渠道更加灵活、便捷，作为新兴的理财方式还能实现较高的收益，也是现有银行体系的有益补充，其发展具有积极的社会意义。风控是金融机构运营的核心，在 P2P 领域也不例外。P2P 网贷行业要想长久发展，就必须坚守这条行业底线，坚持做好风控。风控做好了，P2P 才能真正得到长足发展。

第六章 众筹在中国

众筹到底筹什么

互联网金融从无到有，为传统金融带来新的理念，注入新的活力。伴随日益迅猛的科技浪潮，越来越多的新事物开始融入进来，“众筹”也逐渐走入人们的生活。可很多人不知道，其实“众筹”并不是个互联网时代诞生的新词儿，众筹这项活动很早的时候就出现过。18 世纪，诗人 Alexander Pope 通过一种叫“订购”的方法将希腊史诗巨作《伊利亚特》翻译成英文。翻译巨作耗时七年，但每一年都会推出更新，如同今天定期发布的美剧，这种“预消费”模式便是众筹的原型。

19 世纪末，为庆祝美国的百年诞辰，法国赠送给美国一座象征自由的罗马女神像，法国将作为礼物的自由女神像拆分后，再运往美国重新组装。美国希望将她安放在一个价值 25 万美金的巨型花岗岩基座上，然而却在筹款时遇到障碍。出版商约瑟夫·普利策在《纽约世界报》上发起了一个募捐活动。普利策把这个项目发布在了他的报纸上，然后承诺对出资者给予奖励：只要捐助 1 美元，就会得到一个 6 英寸的自由女神雕像；捐助 5 美元可以得到一个 12 英寸的雕像。最终从 16 万募捐者手中，

第六章 众筹在中国

为女神筹得了剩余所需的 10 万美元。这些都是众筹模式的萌芽。

而到了互联网时代，众筹被广泛利用，发展成为一种新的互联网金融商业模式。众筹，英文为 crowdfunding，即大众筹资或者群众筹资，是指用预购的形式，向网友募集项目资金，由发起人、跟投人、平台三方构成，《牛津词典》将其界定为“通过互联网向众人筹集小额资金为某个项目或企业融资的做法”。中国人民银行发布的《中国金融稳定报告（2014）》，将众筹融资界定为“通过网络平台为项目发起人筹集从事某项创业或活动的小额资金，并由项目发起人向投资人提供一定回报的融资模式”。

众筹的快速成长离不开 Kickstarter、Crowdcube 等一批网站的创建和发展。众筹也成为了欧美地区最流行的一种筹资模式之一，并随着 2012 年 4 月奥巴马总统正式签署《促进创业企业融资法案》，走向合法化、规范化发展。这部众筹领域的法案，标志着初创公司步入资金募集的新时代。法案于 2013 年 9 月正式生效，意在为正在筹措资金的创业公司减少法律负担，保证其能够在公开上市前吸引更多投资人。众筹这种形式在美国的发展速度更是迎来了质的飞跃，并最终拓展到了全世界。

2011 年初，点名时间成立，成为中国第一家众筹网站。此后，国内众筹网站快速兴起，包括天使汇、大家投、追梦网、中国梦网等网站。众筹的过程也相对简单。发起人通过文字、图片、视频等将自己希望实现的创意或梦想展示在网站上，并设定需要的目标金额及达成目标的天数，然后等待投资人。筹资项目在发起人预设的时间内达到或者超过目标金额才算成功。如果不成功，资金将会返还给支持者。众筹平台的盈利模式是从融资成功的项目中收取一定的佣金，费用比率一般是 5%—

10%。但公益类的众筹，平台基本不收费。

自众筹模式于2011年来到中国，这一全新的商业模式被广泛接受。众筹网站的兴起改变了投资人的投资方式，让他们有更多的选择，可以解决一些企业融资困难的问题，可以让更多的投资人参与到项目当中来，同时大大降低了投资的风险。

的确，在国内投资渠道狭窄、投融资成本过高的情况下，众筹模式无疑能把个人投资更方便、更有效地与项目进行链接，即每个人都是投资人，每个项目都可能引发全民支持。相对于传统的融资模式，融入了更多互联网元素的众筹模式无疑能够得到更多的关注和支持。而因为本身其含有梦想的情愫，例如，国内最大的众筹平台——众筹网，该网站为国内的个人或小团体实现他们的创意或梦想提供了筹集资金的新途径，任何人都可以通过像众筹网这样的平台发起他们的项目进行筹资，这给更多的创业者提供了实现梦想的可能。

众筹模式积少成多的优势，很好地解决了个人或企业对低成本资金的强烈渴求，具有很大的社会价值。众筹作为极具发展潜力的行业也势必会插上更有力的翅膀向前飞翔。

众筹平台的四大类型

国际上已有不少对众筹平台的研究，参照 Massolution 的一份报告，众筹平台可以分为四类：回报型众筹、股权型众筹、债务型众筹、捐赠型众筹。

回报型众筹又被称为奖励型众筹，是指投资者对项目或公司进行投资，在项目完成后给予投资人一定形式的回馈品、纪念品或者某种服务，回馈品大多是项目完成后的产品。时常给予投资人对于项目产品的优惠券和预售优先权。说白了就是我给你钱，你给我产品或服务。

在国外，回报型众筹两个很重要的代表平台是 Kickstarter 和 IndieGoGo。Kickstarter 是两个平台之中相对知名和发展得较大的一个，它的运作方式相对来说比较简单而有效：该平台的用户一方是渴望进行创作和创造的人，另一方是愿意为他们出资金的人，然后双方共同见证新发明新创作新产品的出现。这样的一种模式无疑是很多创意项目很好的募集资金的方式，因而国内也出现了很多类似的网站。点名时间创立于 2011 年 5 月，首次将回报型众筹概念引入中国，被称为中国的

Kickstarter。

关于回报型众筹，不少人认为它其实就是一种变相的团购，但二者本质不同，团购的表现形式是促销，团购的商品实际上已经生产了，而众筹则是对没有生产的商品做的预售。所以其价值提供和价值传递的方式均有显著的差别，目的也不尽相同：回报型众筹主要为了募集运营资金、测试需求，而团购主要是为了提高销售业绩。

相对于回报型众筹模式，股权型众筹模式兴起要晚得多。股权型众筹模式是指投资者对项目或公司进行投资，获得其一定比例的股权。企业在网络平台上通过开放式竞价的方式，将股权或类似股权出售给投资者的一种融资手段。简单来说就是我给你钱，你给我公司股份。

股权型众筹模式在四种模式中不确定性和复杂度都是最高的，投资者、募资者、门户网站都有着较高的风险。目前，国内的股权型众筹模式尚不成熟，国内的部分股权型众筹模式在风险控制、平台管理、信息披露、对投融资者的管理等方面执行不到位，很容易踩到“擅自发行股票”的非法集资法律红线。2014年12月18日，中国证券业协会网站挂出《私募股权众筹融资管理办法（试行）（征求意见稿）》，其中对于投资人、筹资人、股权众筹平台的业务范围及权利义务等进行了全面规范的要求。监管办法的出台从很大程度上让股权众筹的发展从无序走向有序，具有深远意义。

国家监管法律法规的出台使股权型众筹逐渐规范化，推动股权型众筹发展成为多层次资本市场的组成部分。未来，随着社会诚信体系逐步建立、创业者和投资人的教育工作逐步跟进，以及国家政策法规的逐步健全，股权型众筹将迎来更大规模的发展。

第六章 众筹在中国

债务型众筹，也叫借贷型众筹或贷款型众筹。根据 Massolution 的研究报告里解释，债务型众筹就是投资者对项目或公司进行投资，获得其一定比例的债权，未来获取利息收益并收回本金。Massolution2013 年年报指出，债务型众筹已领先于捐赠、奖励、股权型众筹，成为最大众筹单元。这一数据结论主要源于国外，因其债务型众筹领域更加成熟。

大多数人认为广义的债务型众筹包括 P2P 贷款和 P2B（个人对企业）贷款。P2P 贷款指个人与个人之间的小额信用借贷交易，一般需要借助电子商务专业网络平台帮助借贷双方确立借贷关系并完成相关交易手续。P2B 贷款的主要借款对象是企业，直接服务于实体经济。经过几年的发展，债务型众筹的价值已经得到了社会的检验和认可，这种模式比股权型众筹风险更低、收益更有保障，而且比回报型模式和募捐型模式更受大众欢迎。

捐赠型众筹是众筹的一种模式，和债务型众筹、股权型众筹不相同的是，捐赠型众筹是一种不计回报的众筹，投资者对项目或公司进行无偿捐赠。大众参与、小额捐赠正是捐赠型众筹的特点之一，这种众筹模式具有一定的公益性。通常，基于捐赠的众筹所涉及的项目主要是金额相对较小的募集，包括教育、宗教、健康、环境、社会等方面。

捐赠型众筹平台的快速发展，成为非营利组织获取捐款以帮助有需要的人的一个主要途径。在国外最典型的捐赠型众筹的例子就是为帮助那些在 2013 年春天波士顿的爆炸事件中失去了工作能力的人的众筹项目。通过众筹平台发起，带动了受难者的亲人、朋友甚至是陌生人前往捐款，给那些受到伤害的人提供了很实在的帮助。

虽然，与股权型众筹、回报型众筹相比，捐赠型众筹在国内才刚刚

起步，但并不缺乏支持者。2015年1月25日，在北京举行的公益众筹投资人沙龙上，瑞森德与众筹网联合发布了《2014中国公益众筹研究报告》（以下简称《报告》）。《报告》显示，公益众筹行业2014年全年筹资额超过1272万元，其中综合类公益众筹平台占94.1%。2014年众筹成功的公益项目总计299个。

与传统公益不同，捐赠型众筹项目多具有创新、快乐、正能量等特点，通过低门槛的捐助方式，汇集大家的力量，产生意想不到的筹款效果，帮助特别需要帮助的人群，是现在发起公益慈善活动所不可缺少的一种方式。

作为新时代互联网发展的一大重要产物，众筹各种模式的兴起，不仅让许多小微项目有了实现的可能，而且给众多领域带来了更多的可能，众筹也因此成为互联网金融发展的重要力量。

第六章 众筹在中国

如何玩转众筹

众筹在中国出现的时间并不长，但却发展迅速，让很多小企业、艺术家和个人看到了实现梦想的机会。电子产品可以众筹，房产可以众筹，股权可以众筹……而 66 位海归“白富美”众筹的 HERCOFFEE 咖啡店经营不到一年就濒临倒闭的消息也告诉大家，不是任何众筹都玩得转的。相对于传统的融资方式，众筹更为开放，能否获得资金也不再是由项目的商业价值作为唯一标准。那么，众筹怎么玩？

第一，通过众筹的方式获得资金支持。想要获得支持不是一件简单的事，大多众筹失败的项目都缺乏创意和闪光点。

知道一个水杯为什么可以卖到 135 万吗？2013 年 12 月 17 日，麦开团队通过点名时间发起众筹，为智能水杯 Cuptime 募资。Cuptime 通过蓝牙 4.0 同手机相连，同时自己也内置了一套算法，可以在恰当的时候提醒你喝水。你不用时时看手机提醒，水杯自己就能发声来提醒你该喝水了。

产品的创意已经足够吸引眼球，而 Cuptime 众筹项目不断放出惊喜，牢牢地抓住了支持者的心。在长达一个月的募资时间内，Cuptime 陆续推

出了四大惊喜：迎合用户送礼物需求，及时设计推出精美“胶囊”包装；防泼洒杯盖，新款茶滤，方便搅拌、泡茶；杯子底部刻杯子编号；顺丰包邮，固件升级。有创意的产品再加上有创意的宣传方式，总共获得了1 358 583元募资。

第二，通过众筹获得更多人的关注，培养自己的粉丝群。每一个众筹成功的项目都有一定的粉丝群和追随者，这些人都是项目的免费宣传者。很大程度上他们也是向你提供资助的第一人选。

2013年10月8日，“NAworld 那世界”那英全球巡演主题发布会在上海举行。粉丝登录众筹网，为目标城市“众筹”演唱门票，哪个地方众筹的额度高，那英全球巡演的下一站就将先落地哪里。那英的全球巡演城市除了第一站和第二站分别确定为南京和广州站外，其余包括深圳、杭州、青岛、北京等城市的先后顺序，均将由粉丝的支持力度决定。

2014年10月25日，歌手杨坤在万事达中心举办的“今夜20岁”演唱会，就曾登陆众筹网，该项目在24小时内便成功募集到超百万的资金，成为迄今为止筹资金额最高且成功时间最快的众筹演唱会项目。

这些众筹演唱会项目的成功就是借助了强大的粉丝力量。引用Kickstarter在网站常见问题集锦中的说法：“在大多数情况下，大部分资金一开始是来自各个项目的粉丝和好友。”

第三，广泛地进行宣传推广。在你将项目上线之前，你应该准备好一套营销方案，搞清楚如何进行宣传推广。项目发起人在进行预售时要不断发起话题，跟关注者交流，谈论自己将会提供的产品，不断向他们汇报项目的最新进展，让他们在项目上线之前就产生兴趣。

TureSmart的智能手表项目Omate登陆Kickstarter之后，获得了

第六章 众筹在中国

103 万美元的众筹额，以及 4378 名 Backer 的支持，是一个十分成功的项目。除了产品本身得到大批支持者喜爱以外，Omate 在宣传上突出自己在“户外运动”方面的定位，突出了产品的特点，通过文案着力宣传它的“户外运动”功能，让人们一提到户外就能想起 Omate。

第四，提供令人兴奋的回报方式，不断向关注人反馈项目情况。当某捐赠者的款项达到一定数目，你就该给其准备一份有趣的礼物。这也是一种吸引人捐赠的方法。礼物一定要设置得有创意。而且，别忘了向你的支持者们不断地反馈项目进展的情况，支持者们一般都希望能切实地感受到自己是这个项目的一部分。

学习电影制作的吕秦，正紧张拍摄自己的第二部微电影作品。为了吸引更多人关注，吕秦精心制作了视频。据统计，有视频的项目比纯图文的项目融资成功率高出 30%，精美的视频是打动投资人的最佳方式，作为一个专业的电影制作人，吕秦制作的视频实实在在打动了投资人的心。为了答谢粉丝的支持，同时吸引更多的人关注，吕秦为投资人准备了一份有趣的礼物，这些投资人的名字会出现在电影的片尾处。为了投资人能切实地感受到自己是这个项目的一部分，吕秦通过邮件向他们及时更新项目进度，还发送一些项目幕后的照片或者相关视频给他们。就这样吕秦的第二次众筹成功了，他顺利获得了第二部微电影的启动资金。

众筹平台打开了人们的想象空间，也帮助那些好点子、好创意的发起人将创意变成现实。众筹就是利用了“众人拾柴火焰高”的原理，成为很多人投资、很多人管理的一项创业投资。众筹平台聚集起来的不仅是钱、人，更是智慧，众筹除了帮助项目人气和资金节节攀升，更重要的是让更多的人迸发出智慧的火花，让创新的火焰不灭。

玩转众筹但不可忽视风险

在全民玩众筹的今天，越来越多的或好玩、或新奇、或热门的众筹项目吸引着大家的眼球。从 2011 年 5 月我国首个众筹平台“点名时间”上线，到追梦网、天使汇、大家投、众筹网、原始会等，如此多的众筹形式让大家目不暇接。但是众筹模式尚且处于初级阶段，不是一切皆众筹就万事大吉了，众筹的风险仍然不可忽视。

在《众筹服务行业白皮书（2014）》中，详细概括了消费者参与众筹可能面临的风险，包括众筹机制不完善的风险、众筹项目的执行风险、众筹平台的道德风险、投资者维权难的风险。

风险一，项目失败的风险。众筹网推出快乐男声主题电影众筹项目，若 20 天内票房预收款项能达到 500 万元，该电影就登陆全国院线，未达到 500 万元，则电影宣告流产，好在是票款全额返还给了投资者。京东众筹负责人金麟表示：“任何梦想都有风险，不可能一个众筹平台不涉及任何风险。比如说王小峰老师的电影开拍了，突然主要演员下午发生了事故，这个电影就流拍了，我们不能保证所有项目一定是最后 100%，

第六章 众筹在中国

甚至 200% 地实现它的回报。”

风险二，承诺是否能够兑现。众筹融资上映的美国电影《美眉校探》的主创曾向广大投资者承诺，将在电影上映当日免费以“数字拷贝”的形式回馈大家，但很多投资人在下载影片时都遇到了问题。在反馈投资人这一环节遇到困难的众筹影片并非仅《美眉校探》一家，扎克·布拉夫发起的其他众筹片也都未能建立一个高效的回馈模式。

美国华盛顿州政府对一起众筹诈骗事件提起了消费者保护诉讼，田纳西州纳什维尔的艾德·纳什在 2012 年 10 月以一套手工纸牌的计划筹得 25146 美元。原定于 12 月到货的产品最终没有出现，付款者开始感觉到受骗了。但网站根本不能保证订购的产品能否按时送达或是否能够送达。虽然每一个众筹项目看起来都十分美好，但我们不得不面对的现实是“太美的承诺因为太年轻，但亲爱的那并不是真相”，有一些众筹项目虽然已经按时交工了，但是承诺的回馈却难以实现。

风险三，是否触犯法律。从法律的角度来说，众筹模式潜在的风险在于非法集资风险、融资者欺诈风险和监管缺位风险。美微传媒在淘宝店“美微会员卡在线直营店”出售会员卡，购买会员卡即意味着购买公司原始股票，单位凭证为 1.2 元，最低认购单位为 100 股。但不久之后便被中国证监会叫停，原因是当时美微传媒为“有限责任公司”，不具备公开募股的主体条件。美微传媒退回了参与该众筹项目的部分支持者的钱。

随着“玩法”的创新，特定集资项目的不断涌现，众筹开始让人“摸不着头脑”：众筹到底是购买行为还是投资行为？持续增长的众筹资金池也让许多专家开始担忧一些众筹项目是否涉及非法集资。此外，

还有专家指出，如果投资者出钱买的是可以获得收益的股份而不是具体商品，就意味着投资者的收益和本金无法得到保证，如果发起人携款潜逃，损失很难收回。一名纽约大学的学生在美国的众筹平台 Kickstarter 上发起了一个电影项目，当成功融资 1726 万美元所拍摄的电影获奖后，却被发现该电影涉嫌抄袭一部法国动画短片，投资者纷纷提出退款要求。而 Kickstarter 并没有设置退款保障机制，这使得投资者要收回投资只能通过诉讼渠道，维权成本较高。

众筹这种模式本身的合法性存在很大问题，在外部监管缺失的情况下，众筹平台非常容易变成诈骗或者非法集资的工具。当项目发起人在众筹平台上发起的项目融资成功后，便可通过众筹平台的账户申请提现，用于项目后续发展。倘若发起人提现后携款潜逃，投资者要追回投资往往鞭长莫及。

中国政法大学金融创新与互联网金融法制研究中心主任李爱君说：“众筹是私募阳光化，它是对传统的资本市场的补充，能够对我国资本市场层次不完善进行弥补，尤其可以解决小微企业及初创期企业的融资和降低融资及成本。但众筹在发展过程中，法律风险不可忽视，要监管可行，风险可控。”

众筹出书、创业、买房等等，从商品到股权，处处皆众筹，众筹作为传统金融的有益补充，为融资困难的小微企业创造了新的融资渠道，更像是为一些草根创业者轻轻打开了一扇崭新的窗。不过在我国，众筹对大多数人来说都是新事物，仍处在萌芽阶段，面临的风险不可忽视。只有相关法律规范得到完善，大众对众筹的接受程度和法律意识逐渐提高，众筹行业才能够持续良性发展。

股权众筹探路行走

作为互联网金融的又一波热潮，众筹自在中国落地生根起，就成为众人关注的热点。股权众筹则成为热点中的热点。股权众筹，是指创业企业通过网络平台向大众筹资，并以股权作为回报的一种互联网金融业态，投资者通过出资入股公司，获得未来收益，这种基于互联网金融而进行融资的模式被称作股权众筹。

股权众筹的起源可追溯至2012年4月，美国总统奥巴马签署了《2012年促进创业企业融资法》，即JOBS法案，允许小企业在众筹融资平台上进行股权融资，不再局限于实物回报，众筹的模式受到了法律保护，人人都可以作为天使进行投资并且可以以股权、资金作为回报的方式。2013年2月1日，Crowdcube被英国金融服务管理局授权，成为全球第一家股权众筹平台。而在中国，众筹目前更多的是物质回报方式，股权众筹模式还是仅仅处于摸索阶段。

中国的股权众筹萌芽出现于2013年，当时，美微传媒通过淘宝网发起众筹。淘宝出现一家名为“美微会员卡在线直营店”的店铺。该店店

主是美微传媒创始人朱江。该店铺主要销售会员卡，但这不是普通的会员卡，购卡者不仅可以享有“订阅电子杂志”的权益，还可以拥有美微传媒原始股份100股。购卡者手中持有的会员卡即原始的股票。通过众筹，美微传媒获得1194个众筹的股东，并且24小时之内成功募集，但由于其不具备公开募股的条件，后来被证监会叫停。

股权众筹作为新的融资模式，为初创企业和小微企业提供了广阔的展示平台和融资渠道，同时也为天使投资人、VC（风险投资）、PE（私募股权投资）提供更多投资机会。大家投成立于2012年年末，那时候国内对于股权众筹还不太了解，而大家投的创始人正是看到了融资双方的需求，才成立了股权众筹平台。CEO李群林说：“我创立大家投并没有参考国外的模式，因为中国和国外的政策和市场环境差别太大了，根本没有太多参考价值。这只是基于一个很朴素的想法：无论是企业，还是投资方，都有对信息的需求。我经常在微博上看到有人展示自己的项目找投资，下面有人留言说自己很感兴趣，但是没有那么多钱。”

众筹平台，将线下的天使投资人搬到了网络上，让项目方与投资方更好地对接。可以说，它从出生的第一天起就受到业界的大力追捧。现在，在国内的股权众筹平台有原始会、天使汇、大家股、好投网等，新的平台还在涌现。企业在股权众筹平台上的融资额度一般为50万—500万元，出让的股权一般不超过30%。股权众筹平台的收入来源是向融资方收取一定比例的费用或股权。

对中国的股权众筹企业来说，平台发展的环境并不成熟。由于配套机制的不完备，国内的部分股权型众筹模式在风险控制、平台管理、信息披露、对投融资者的管理方面执行不到位，很容易踩到“擅自发行股票”

第六章 众筹在中国

的非法集资法律红线。国内众筹的发展也不过两三年时间，其发展所需要的信用基础、整个社会的诚信体系非常不完善。

一直高悬的法律法规之剑制约着股权众筹行业的发展，国内不少行业专家和业内人士建议，在监管层面，可以参照美国的 JOBS 法案，来制定具体的要求，进一步明确并规范了众筹平台的发展。

2014 年 12 月 18 日，中国证券业协会起草的《私募股权众筹融资管理办法（试行）（征求意见稿）》出台，以及紧跟其后的中国证券业协会公布的“8+1”首批股权众筹会员平台，明确了证监会对于众筹的监管，并出台监管意见稿。众筹在国内处于风口，股权众筹正逐步得到社会的认同。2014 年，国内众筹募资总额在 1.88 亿元，共有 1423 起众筹项目，参与人数超过 10.9 万人，股权众筹也因此将走上阳光化道路，股权众筹逐渐成为业界相互追捧的“新宠”。

中国众筹领域的“大哥大”——点名时间

如果你有好的创意和想法，却没有资金将它实现怎么办？那就来点名时间吧，你可以把你的想法通过视频、图片以及文字介绍等内容，告诉大家你想做什么，发起一个众筹项目，同时设定所需要的目标金额及达成天数，所有看过这些想法并欣赏你创意的人，都可以提供资金来帮助你完成这个计划，为你的梦想助一臂之力。点名时间网站上，对众筹项目目标金额设立的下限为 1000 元人民币，没有上限。若你在约定天数内集得了最初所设资金额，你就可以如愿以偿地实施该计划并给予所有的支持者以回报。项目成功后，点名时间会从中抽取 10% 的服务费用。这就是点名时间能够为你做的事。

成立于 2011 年的点名时间是首个将回报型众筹引入中国的网站。这种众筹模式来自于一个国外的众筹网站 Kickstarter，这家 2009 年才创立的网站已成为当今世界知名的募集资金平台，在几乎没有宣传和推广的情况下，已有超过 100 万人在 Kickstarter 网络筹资平台上出钱资助，这个平台已累计筹得资金 1 亿多美元。点名时间将 Kickstarter 众筹模式引

第六章 众筹在中国

入中国后做了很多本土化的改变。由于中国的征信体系并不完善，众筹的风险比国外要大很多，为了控制风险，点名时间的项目成功后，其只会先付 50% 的款项给项目发起人，然后发起人要对所有支持者给予回报，待所有出资者确认收到回报后，点名时间才会把余下的款项交给发起人。而在 Kickstarter 上，项目成功后平台会马上支付所有款项给项目发起人。对此本土化的做法，张佑表示：“这样的方式是为了更好地在项目发起者和出资者之间建立信用平台，同时也是为了保障支持者的资金安全。另外，点名时间在项目的审核和监管方面都比 Kickstarter 更为严谨。”

上线后仅一年，点名时间共收到 5500 个左右的项目提案，通过审核上线的项目有 318 个，上线项目的成功率为 47%，已经为 150 个项目募集到他们所需要的资金，数额从几千元到几十万元不等，总共筹集到资金近 300 万人民币。其中单个项目最高筹集金额约为 33.95 万元。

“支持、推广、预购梦想的网站”，这是由美国耶鲁大学 MBA（工商管理硕士）毕业归国的何峰和他的伙伴创立的点名时间的公司定位。2013 年初，人气畅销书作者熊顿在点名时间众筹出书《滚蛋吧！肿瘤君》，作者是一个身患肿瘤的女孩，她通过点名时间得到了 4025 人一共 326 640 元的支持；2013 年年中，动画电影《大渔海棠》在点名时间众筹资金超过 100 万，打破国内回报型众筹的纪录。

点名时间就像一个神奇的网站，你的任何梦想都有可能实现，不只是为了“卖东西”，你还可以在这里表达你的感情，让大家帮你实现。美国加州的一个设计师，他想向女友求婚，在网上征集“群众演员”给他寄写上结婚祝福的明信片。他提供的回报也很本土化：支持 13 元可得到美国明信片一张以及女主人美国免费代购一次；支持 99 元的网友在前

往洛杉矶旅行时可以享受主人提供的免费住宿一晚，“外加俺亲自掌勺的接风宴”。项目还没有结束，男主人就已经收到很多明信片了。就这样，点名时间使众筹被中国人所熟悉和接受。

点名时间自上线起，虽然已有不少超出筹款数额数倍的成功项目，但何峰、张佑等初创团队认为点名时间缺乏一个可以吸引眼球的大项目。2013年初，张佑团队分析了 Kickstarter 上的项目，他们发现，当时在 Kickstarter 上比较火爆的项目除了游戏和电影之外，就属智能硬件了。让 Kickstarter 一夜之间为世人所知的就是一位叫 Scott Wilson 的设计师在上面发起了一个叫“TikTok”的项目，是为 iPod Nano 特制的表带型外壳，25 美元以上的捐助承诺都以预购论。一个月后，TikTok 就获得了来自全世界 50 多个国家的 1 万多人总共 94 万美元的资助。最后，苹果公司也把这个受到大众追捧的产品放到了自己的店内销售。

点名时间受到国外众筹网站 Kickstarter 大获成功的启发。2014 年 4 月 19 日，点名时间举行“第三届 1010 智能产品趋势大会”，创始人张佑宣布作为中国最大的众筹平台的点名时间将放弃众筹模式，而成为智能硬件的首发平台。点名时间在众筹这条路上走了三年，也成为了国内较大的众筹网站，却突然宣布转型为智能新品首发预售平台，撕掉众筹标签，也挥别了“市场老大”的光环。

对于这一切改变，张佑并不觉得可惜，他说：“因为我们对这个圈子比较了解，我们认为整个平台变了，消费者的顾忌也变了。能够抓住这个机会挺好的，所以就往这个方向发展。”

事实证明，点名时间的转型是正确的。自转向专门为智能硬件提供服务之后，点名时间的科技类项目成功率达到 80%，每个项目平均能够

第六章 众筹在中国

筹得4万元人民币，有个项目的筹资额更是达到了170万人民币。对于点名时间而言，现在处于摸索和完善阶段，法律风险、知识产权保护等问题仍然困扰着点名时间，但是，点名时间未来的市场不可估量。

传统行业的新尝试

最为核心的文化创意产业之一，出版业正处于从传统印刷体系向数字网络出版转型的困难时期。新媒体环境下，传统出版行业正受到前所未有的冲击，如电子阅读、网上出版、自出版等业态变化正困扰着出版业。从 2013 年开始，众筹的概念得到普及，出版众筹也从早期的只有单件作品、低价格作品参与，到现在机构参与其中并用这种方式运作更多的项目。早期都是互联网的人游说出版业的人做众筹，现在出版业主动拥抱众筹。

《本色》《社交红利》这些众筹出版的图书获得了销量上的成功，这证明了众筹重构传统出版的可行性。资深出版人任翔这样描述众筹的含义：“作为纸本印刷媒体，传统出版的传播本质是单向、封闭和静态的，内容、读者与作者之间的关系是割裂的。这与开放、互动、参与、社交等互联网思维存在差别。如何提高读者参与度，并在社交化参与的基础上建立读者社群，进而构建商业体系，这是出版业数字转型的核心课题。众筹提供了一种可行的技术模式，让读者成为出版的决策者，通过集体智慧筛选选题；很多募捐者同时成了积极的推销者，成为社交化网络营

第六章 众筹在中国

销的一个重要推手；更重要的是，基于粉丝经济的回报模式提升了作者与读者之间的互动，有助于形成具有凝聚力的读者社群。”

实体书店“字里行间”24小时成功众筹100多万元，创造了又一个出版众筹行业的奇迹。字里行间书店成立于2010年7月，归属于江苏凤凰出版传媒集团，2014年7月15日，国内众筹网站挂出一个名为“字里行间”的传统书店众筹项目，“让我们一起开书店，寻找属于字里行间的人”，字里行间就这样开始了一次新的尝试。据了解，此次字里行间在众筹网的两块众筹内容，一是为北京字里行间嘉里中心店众筹合伙人，该项目已于2013年10月开业。此次将这家店的一部分股份拿出作价200万元，并将根据《公司法》与参加合伙人众筹的人签订协议。二是为字里行间众筹阅读家，所谓阅读家就是热爱阅读的人，支持这部分众筹的用户将根据10元至1万元范围内不同的出资金额，获得价值不等的实物或服务。众筹页面显示，这两个众筹内容共计筹款100万元。

据项目负责人介绍，两块众筹内容分为8档资金支持，分别为20元、288元、688元、1788元、3588元、9888元、2万元、5万元。支持5万元的用户将成为“金牌合伙人”，而支持2万元的用户将成为“银牌合伙人”。他们在嘉里中心店举办活动可免收场地费，并可享受优先免费使用嘉里中心店VIP室等诸多福利。20元—9888元这6档为字里行间阅读家，回馈为价值不等的咖啡券或舒活卡（舒馨卡）及一定价值的字里行间任意商品等。

在当前实体书店租金持续高涨、电商分流顾客以及电子图书等众多原因的冲击下，字里行间书店此次的成功无疑为实体书店的发展提供了一个新思路。在众筹的起源地美国，大众筹资已经风靡传统书店行业。

那时，旧金山的阿多比书店面临租金上涨的问题，几乎关门停业，但是今年3月他们通过众筹成功筹得了6万美元，渡过了难关。字里行间是国内最先通过众筹方式募资成功的实体书店之一，这再次证明了众筹模式的广泛适用性以及无限的发展空间。

现在，众筹已逐渐成为文化产业重要的融资渠道，出版众筹、电影众筹、艺术众筹等产品相继涌现。国务院办公厅发布的《关于发展众创空间推进大众创新创业的指导意见》中明确提出“增强众筹对大众创新创业的服务能力”。中共中央、国务院发布《关于深化体制机制改革加快实施创新驱动发展战略的若干意见》，指出“开展股权众筹融资试点，积极探索和规范发展服务创新的互联网金融”。

业内专家表示：“互联网文化产权众筹为传统文化产权交易所在产品稳定安全、场内场外价格发现、交易资产管理增值、投资衍生服务等方面提供互联网金融完整解决方案，真正打通了互联网金融与文化产权交易平台的融合发展。”众筹对于出版行业而言，是一股新鲜的血液，而不是颠覆传统出版行业的杀手，众筹模式为一些出版机构或者出版人解决资金问题，简化了出版过程的众多环节，让用户、作者、出版方以更加开放互动的形式从中获取更多的利益。借助互联网金融平台，众筹这种方式确实给出版业带来更多的想象空间，让传统出版行业开始发展新的业态。

第七章

横空出世的虚拟货币——比特币

虚拟货币就此诞生

互联网时代的创造还有什么？新的伦理、新的观念、新的生活方式……现在还有一种全新的货币形式——无国界限制的虚拟货币。基本上每个国家都有属于自己的货币，人们所熟悉的除了人民币，还有美元、欧元、日元等货币，那么虚拟货币是什么？随着互联网的发展，货币存在的形式更加虚拟化，出现了摆脱任何实体形态，只以虚拟形式存在的虚拟货币，它是一种计算机运算产生或者网络社区发行管理的网络虚拟货币，可以用来购买一些虚拟的物品，比如网络游戏当中的商品、装备等。只要有人接受，也可以使用虚拟货币购买现实生活当中的物品。目前流行的电子虚拟货币主要有腾讯的Q币、新浪U币、网易POPO币、盛大元宝以及部分网络游戏的充值点卡，或者在线游戏的金币等。

在游戏世界里，大家对虚拟货币已经非常熟悉了。比如，玩家在玩QQ游戏、《传奇》《魔兽世界》《天堂II》等网络游戏时，游戏一开始，玩家角色就拥有一些钱，并不需要使用现实货币去换取，游戏里的那些钱是虚拟的。虚拟货币已经成为在线游戏不可分割的一个核心组件。但

第七章 横空出世的虚拟货币——比特币

并不是只有在游戏和网络交易中使用的数字货币才是虚拟货币，我们日常生活中也经常使用虚拟货币的概念。例如，小孩子玩游戏时可能用小石子当货币，用小石子来在游戏中充当一般等价物；飞行常客里程数、积分兑换绿邮票以及客户回馈积分；买满 10 杯咖啡，第 11 杯就可以免费，这些都属于虚拟货币的概念，它已经渗透到了生活中的各个领域。

网络虚拟货币大致可以分为两类：第一类是大家熟悉的游戏币。在单机游戏时代，主角靠完成任务、赢钱等方式积累货币。自从互联网技术实现游戏联网以来，虚拟货币便有了“金融市场”，玩家之间可以通过网络交易游戏币。自从盛大推出点卡模式以来，“游戏点卡”便成为网游公司约定俗成的收费模式。玩《传奇》买“传奇点卡”，玩《大话西游》买“大话西游点卡”，网游公司热衷于这种模式，而广大玩家也已经习惯了这种模式。

第二类是门户网站或者即时通讯工具服务商发行的专用货币，用于购买本网站内的服务。使用最广泛的当属腾讯公司的 Q 币。1997 年腾讯公司推出了即时聊天工具 QQ，由于使用人员少，加上市场不成熟，因此是完全免费的。随着即时通信市场的成熟，人们的需求也越来越多，腾讯适时推出了依托于 QQ 的 Q 币。最初，Q 币只用于 QQ 这个聊天工具，通过它可以购买“服装”，设计自己的 QQ 秀，后随着 QQ 游戏的发展，Q 币可以购买 QQ 游戏道具，包括游戏大厅中的各种腾讯游戏以及 QQ 堂、QQ 幻想、QQ 音速、QQ 三国中的任何道具。

腾讯的做法引起了业界的效仿，网易推出 POPO 币，它是根据用户使用的 POPO 聊天工具，按在线时长给予用户网易 POPO 币奖励，新浪也随后推出 U 币等。随着互联网的发展壮大，在给广大网民提供大量免

费服务的同时，根据公司盈利需要和用户多样化需求，各个网站纷纷推出了收费服务项目，互联网多种增值业务催生了网络虚拟货币的繁盛。

虚拟货币的繁盛也产生了不可避免的现实问题。随着信息技术与互联网的高速发展，虚拟货币成为必不可少的网络小额支付手段，其方便、快捷、高效的结算方式带来了极大的经济效益，但其应用也带来了诸多风险。一些虚拟货币发行量太大，导致这个币种在其流动的领域膨胀，严重的还会导致公司破产。

以《魔兽世界》为例，玩家挣钱的方法就是打怪以得到金币和装备。在网络中“人气”就相当于“钱气”，人气越旺的游戏交换的氛围也就越高。但是，一旦《魔兽世界》金币的“钱气”高涨之时，就会吸引职业玩家寻找游戏中的漏洞来制作外挂，类似于现实中制造“假钞”，但游戏运营商又不可能区分出玩家手中持有的“货币”是真是假，这和现实里中央银行滥发货币，引起通货膨胀没有本质区别。

虚拟货币迅速贬值会导致通货膨胀无法控制，诸多风险也给虚拟货币市场敲响警钟，各个国家的相关政策相继出台，规范虚拟货币市场。尽管虚拟货币市场还有一些问题尚待解决，但它是货币进化史的一部分，是数字科技革命的结晶，仍将会是互联网金融发展的一大趋势。

比特币的前世今生

拨开纷纭的市场乱象，比特币横空出世。2009年，不受央行和任何金融机构控制的比特币诞生，它是一种网络虚拟货币，由计算机生成的一串串复杂代码组成，跟腾讯公司的Q币类似，任何人都可以下载并运行比特币软件而参与制造比特币。比特币利用电子签名的方式来实现流通，通过P2P网络来核查重复消费。你可以使用比特币购买一些虚拟的物品，比如网络游戏当中的商品。只要有人接受，你也可以使用比特币购买现实生活当中的物品。

和法定货币相比，比特币没有一个集中的发行方，而是由网络节点的计算生成，谁都有可能参与制造比特币，人们只需要打开电脑，运行比特币软件，就可以参与比特币的制造，这种方式被称为“挖矿”，而且它可以全世界流通，可以在任意一台接入互联网的电脑上买卖，不管身处何方，任何人都可以挖掘、购买、出售或收取比特币，并且在交易过程中，外人无法辨认用户身份信息。

与Q币等虚拟货币相比，比特币的发行、流通和管理权平等地属于

参与其中的每一个人。只要你有一台能接入互联网的计算机，然后通过运行一个自由的开放源代码的软件就可以参与其中。本质上讲，它还不是真正的货币，只是一个新的金融产品和交易方式，比特币还不具备传统货币的一般等价物的特性，也同时具有流通手段、支付手段、结算手段、储备手段和世界货币的特性。因此，从本质上说，其算不上是货币，而是一堆复杂算法所生成的特解。特解是指方程组所能得到无限个解中的一组。而每一个特解都能解开方程并且是唯一的。以人民币来比喻的话，比特币就是人民币的序列号。

比特币的创造者到现在都是一个谜，没人知道具体是谁发明了比特币，只知道那是一个自称为“中本聪”的人。2008年爆发全球金融危机，中本聪发表了一篇论文，描述了比特币的模式，2009年中本聪设计出了一种数字货币，比特币就此诞生。

2010年5月，美国佛罗里达州程序员 Laszlo Hanyecz 用 1 万比特币购买了 25 美元的比萨券。于是出现了第一个公允汇率，1 个比特币等值 0.008 美元。同年 7 月，首个比特币交易所 MT.Gox 创立，人们有了可以兑换比特币的交易平台。2011 年 6 月，比特币中国成立，这是中国第一家比特币交易平台，从此后国内的比特币交易平台如雨后春笋般迅速发展。2013 年，比特币在许多国家和地区掀起了一股热潮。比特币大规模进入中国，也不过数月，但却红火异常，它不仅是新闻媒体的报道热点，也为越来越多的公众所关注。截至 2013 年 5 月，从事比特币“挖矿”工作的中国“矿工”已达 8.5 万人，人数跃居世界第一。

但是对于许多人来说，比特币之所以充满吸引力，是因为他们想在下次互联网热潮到来的早期跟进，从而一夜暴富。不过，投资比特币

第七章 横空出世的虚拟货币——比特币

风险不可忽视，比特币为标的的诈骗案频发。如在香港注册的比特币交易平台 GBL 负责人携款跑路案，涉嫌虚构网络比特币交易平台，从中诈骗钱财，导致 1000 多名投资者损失超过 2500 万元人民币。

当前，国内比特币的最大风险是价格暴涨暴跌引发的投机风险。仅 2013 年以来，比特币的价值已经上涨了 92 倍。由于比特币市场容量较小，交易 24 小时连续开放，没有涨跌幅限制，价格容易被投机分子控制，产生剧烈波动，风险极大。普通投资者盲目跟风容易遭受重大损失。

2013 年 12 月 5 日，中国人民银行等五部委联合下发《关于防范比特币风险的通知》，承认其商品地位，在充分提示风险的前提下，允许公众在自担风险的前提下自由参与，强调现阶段“金融机构和支付机构不得开展与比特币相关的业务”，防止比特币投机风险向金融体系传导。

《通知》指出，比特币并不是真正意义的货币。明确了比特币为“特定的虚拟商品”，认为其“不具有与货币等同的法律地位”，因此“不能且不应作为货币在市场上流通使用”。承认比特币的商品地位，在充分提示风险的前提下，允许公众在自担风险的前提下自由参与，强调现阶段，各金融机构和支付机构不得以比特币定价，不得买卖比特币，不得直接或间接为客户提供与比特币相关的服务等。《通知》还要求，要依法对交易平台进行备案，防范洗钱风险，同时加强对比特币交易平台的监管。

比特币是电子网络在金融领域应运而生的一个新生事物并迅速发展，尽管它存在这样那样的问题，但比特币为未来金融业的发展提出了全新的思维理念，由此展现的技术观念足以颠覆某些传统的金融运行模式。毫无疑问，比特币是在“中本聪”机构智慧操纵下的一个历史奇迹。

火爆的比特币市场

比特币是 2008 年由中本聪在一个密码学论坛上提出的。而在智能手机普及、应用程序开发商屡获成功的推动下，中国的比特币迅速发展起来，创业公司如雨后春笋般在中国出现。比特币行业为什么能够异军突起？很重要的一个原因就是比特币的本质，它是无界的，是超出权力控制的，比特币没有任何意识形态和民族、地域的属性，可以被广泛接受，有强大的生命力。

自从 2009 年 1 月 3 日，比特币诞生以来，在全球掀起一股狂热的比特币投资潮。比特币刚推出时，价格不到 0.01 美元一个，1 美元平均能买到 1309 个比特币，之后一路飙升到 266 美元每币，尽管此后价格下跌，但由于从一开始就确定的发行有限性，比特币的投资价值仍被看好。比特币从 2013 年 10 月一直到 2014 年 1 月中旬，数据显示一共有 47 亿美元投入这个市场，其中 60% 来自中国。2014 年，比特币在中国的价格最高近 7000 元人民币一个，大约是刚发行时的一百万倍。

比特币本身不断上涨的行情使得热情的拥趸们将比特币视为投资的

第七章 横空出世的虚拟货币——比特币

利器。一位30岁的房地产经理说：“我们这一代没有足够的钱投资房地产，我也不太懂经济，不能投资股市。后来我开始买入比特币，如今在这个市场的投资快到4万元了。”比特币的火爆让他开始关注这一投资形式，“我也是在别人的带动下才开始投资比特币的。”

还有些投资者即使意识到了投资比特币的风险，但是还是看好比特币的市场。网络工程师王先生今年7月遭到了黑客攻击，并被抢走了价值20万元人民币的比特币——这笔比特币放到现在价值超过100万元人民币。他向警方报告了这起盗窃案，但最初遇到的是警方的迷惑不解。他说：“警方从未听说过比特币。他们认为这只是某种网络游戏币。”不过他并没有因此停下脚步，而是又投入了1万元人民币购买比特币，并且如果价格再下跌，他还计划购买更多。他说：“对于像我这样因为担心通货膨胀而不信任法定货币的人来说，比特币确实是一个非常吸引人的概念。”

一位网名叫“疯狂小强”的网友，大学毕业后白手起家，先从网络小说中淘了第一桶金，随后介入比特币投资。一开始他并没有想到投资，只是想把这个元素融入小说，于是广泛地收集一些比特币的资料，其中包括许多国外的技术性文章。“通过不断学习，我觉得比特币的泡沫并没有想象中那么大，而自己当时创业项目不太景气，在A股市场频频受挫，于是开始转型投资，慢慢地购入比特币。”就这样，他的个人资产从6万一度飙升到6000多万。

今天有人靠投机比特币赚得盆满钵满，明天就一定会有人亏得倾家荡产。有的人认为虚拟货币无足轻重，却错过了一次次好的投资机会。而有的人却沉迷于比特币投资，丝毫没有警惕这洪水猛兽。当市场疯狂

的时候，也往往是最危险的时候。现在许多中国投资者已经没有耐心购买“矿机”，基本都是直接买进成品的比特币，等待升值后再抛出，更为比特币的价格推波助澜，其中的泡沫愈加明显。

目前，监管上短时间无法确定比特币合法地位的情况下，其实更应该让入场的人有足够的安全提示和风险意识。了解比特币的投资原理，不盲目跟风，理性投资才能玩转比特币。

比特币的山寨“兄弟”

比特币已经成为虚拟货币中最知名的代表，随着比特币行情的持续火爆，类似比特币的虚拟货币百花齐放，全球涌现出了大量山寨比特币的虚拟货币，走势行情同样被看好。一场有关虚拟货币的全球大战愈演愈烈，据不完全统计，世界各地已存在五六十种虚拟货币。

其中，名气最大的是莱特币，其创始人、前谷歌雇员查理·李表示，莱特币受到了比特币的启发，并且在技术上具有相同的实现原理，莱特币的创造和转让基于一种开源加密协议，不受到任何中央机构的管理，可以帮助用户即时付款给世界上任何一个人。莱特币也被认为是“改良比特币算法最成功的虚拟货币”。根据比特币最初被设计时的算法，全世界的比特币总量只有 2100 万个，然而，莱特币的总量却可以达到 8400 万个。数量上的差别使得莱特币的价格略低于比特币。此外，在普通计算机上进行莱特币挖掘更为容易。

业界甚至还流传着“比特黄金，莱特银”的说法。有一些比特币玩家开始转向莱特币，认为比特币挖矿收益不如莱特币。莱特币虽然基于

比特币协议，却并不要求极高的计算能力，使用普通电脑也可进行挖掘。莱特币由于计算时需要显存，只能用显卡挖矿，不能用类似比特币的矿机“挖矿”，因此莱特币风险较小。依照目前价格，在扣除电费后，一台莱特币“挖矿机”投入产出回本仅需要一个半月。

根据海外网站 Coin Market Cap 的数据，仅次于比特币和莱特币的第三大市值电子货币是点点币，点点币是比特币的一种变体，能够提高开采效率和安全性，创造者至今未知。现在，群体开采已经被认为是比特币的一种潜在缺陷，点点币就能有效防止这种情况的出现。此外，点点币没有数量限制，还内置了 1% 的通货膨胀率。

除了使用服务器采用“挖矿”方式获取的虚拟货币以外，还有众多网络公司发行的虚拟货币。2002 年 5 月，腾讯公司开发了 Q 币，供 QQ 用户用来支付 QQ 会员服务或者购买游戏道具等虚拟商品；不久后，网络游戏运营商盛大公司推出了盛大元宝，用于在网络游戏中购买虚拟商品；接着新浪推出了新浪 U 币，百度推出了百度币。

未来可能每个人或企业都有电子虚拟货币账户，不同网络社区的电子虚拟货币可以互相兑换，电子虚拟货币与法定货币的兑换很灵活，并有可能相互交易。继比特币之后，全球涌现出了各种山寨币也有火爆的迹象。譬如莱特币，一周内的涨幅可达 400%，初期增长速度甚至超过比特币，每枚价格已突破了 25 美元。“买不起比特币、莱特币，昨晚花了 200 元买了好多 1 元钱一枚的山寨币，我购买了‘烧烤币’和‘雅币’，第二天早上就涨到了 260 元，下午更涨到了 400 多元。”

虚拟货币最初的目的是金融创新，摆脱传统货币兑换、支付模式，虚拟货币的发展是一个不可阻挡的趋势。目前，在我国虚拟货币的合法

第七章 横空出世的虚拟货币——比特币

性并没有得到确认，但虚拟货币交易作为一种互联网上的买卖行为，普通民众拥有参与的自由。如今随着国内山寨币的火爆，取而代之的是投资、炒作，甚至可能出现圈钱等违法现象，使电子虚拟货币潜在安全问题凸显，参与者仍然要警惕其中的风险，不要盲目跟风。

虚拟货币投资是庞氏骗局吗？

全世界升值最快的货币是什么？不是任何国家的主权货币，而是虚拟货币比特币。“玩的就是心跳”，以这句话形容比特币高高低低的价格走势，恐怕再恰当不过。在暴涨与暴跌之间，比特币不断经历着“冰火两重天”。

自网络虚拟货币走进大众视野以来，很多人都担忧比特币背后潜藏着法律和道德风险，还不断有人质疑它的安全性。支持者认为，比特币可以规避中心货币的发行风险和政策风险，避免政府和金融机构的操纵、干预。但一些尖锐的批评者认为，比特币“就是一种庞氏骗局，其本质和传销一样”。

那么什么是庞氏骗局？查尔斯·庞兹是一位生活在 19、20 世纪的意大利裔投机商，1903 年移民到美国，1919 年他开始策划一个阴谋，骗人向一个事实上子虚乌有的企业投资，许诺投资者将在 3 个月内得到 40% 的利润回报。然后，狡猾的庞兹把新投资者的钱作为快速盈利付给最初投资的人，让更多的人上当。由于前期投资的人回报丰厚，庞兹

第七章 横空出世的虚拟货币——比特币

成功地在7个月内吸引了3万名投资者加入，这场阴谋持续了一年之久。被利益冲昏头脑的人们在事件曝光以后才清醒过来，后人称之为“庞氏骗局”。

关于庞氏骗局，美国证监会这样定义：庞氏骗局是指用新进入投资者的资金，为早期投资者支付收益。庞氏骗局的发起者通常都向新投资者承诺高收益、低风险。在很多庞氏骗局中，骗子努力地诱导新投资者进入，以便向早期的投资人支付收益，并用于自身的消费，而这些钱很少进行真实的投资。

为什么有些人认为比特币会是个庞氏骗局呢？对于比特币，有人认为是概念的游戏，没有国家愿意承担保护它的责任，任何人都不想成为最后持币的人。它的出现是为了让早期玩家获得巨大利润，因为较早接触的人可以用低价获得大量比特币。有人这样形容比特币：“如果谁自称已发行了2100万份票据，会成为未来的世界货币，世人会觉得这人很缺钱。这人会怎么办呢，首先，要慢慢来不能一下子发完，仿效金矿开采，劳动致富嘛；然后，利用物以稀为贵的心理，用几何倍率增加获取这种票据的难度。预设算法已决定它消耗的资源数会不断上涨，但它本身终将一文不值。”

加拿大艾伯塔省的居民泰勒·莫尔准备出售一栋独立屋，这桩买卖瞬间成为各大媒体的焦点，因为其附带的条件是如果买家选择用比特币付款，他愿意给折扣。这一幕让我们联想起了17世纪郁金香泡沫盛行时，一个郁金香球茎的价格也被炒到可以换一栋房子。

自2010年4月开始交易的头半年，比特币市值不到14美分。在2010年的夏天，比特受到虚拟市场的牵引，供不应求，网上交易市场的

价格开始变动。2011年1月，在87美分的基础上突破1美元，达到了1.06美元。一个虚拟的货币，其价值不断攀升，追捧的人越来越多，比特币已然成为了超级投机工具，其惊人的财富效应激发了全球投机者的疯狂。离谱的涨势，让比特币成为世界各国投机者眼中的猎物。比特币的机制——越早进入者的造币成本越低，也越有机会致富，让许多旁观者认为这是用来诱骗接盘者为之埋单的设计。

反对者甚至质疑“中本聪”这个从不露面的发明者要么是某大情报机构的操盘手，要么是某金融大鳄，总之和阴谋有关。美国互联网创业者和博客作者詹森·卡兰卡尼斯2011年5月发表了一份调研报告，称比特币为史上最危险的货币，称其可以影响政府，搅动经济，提供无法控制的全球走私交易。

专家表示，比特币与庞氏骗局也有本质上的区别，因为比特币没有一个组织者掌握着用户的钱然后消失不见。比特币的用户自发地进行交易，几乎完全没有中介机构的存在，没有任何人可以从比特币不断扩大的人群中直接获利。比特币确实存在郁金香式的泡沫，但比特币到底是不是骗局，还需要时间来验证。

Mt.Gox 的破产真相

日本的 Mt.Gox 一度是全球最大的比特币交易平台，早在 2010 年就开始参与比特币交易，是最早参与这项业务的平台之一。该平台曾承担着超过 80% 的比特币交易，并在比特币基金会董事会的三位行业代表中占据其中一席。由于参与早、竞争对手少，Mt.Gox 获得了长足的发展。

可好景不长，2014 年 2 月 25 日，Mt.Gox 网站贴出一则简短声明，称“鉴于最近的新闻报道，以及可能对 Mt.Gox 运营和市场带来的潜在影响，决定暂时关闭所有交易，以保护自身和我们的用户。我们将密切关注事态发展，并做出相应的反应”。据媒体报道，Mt.Gox 因为受到黑客攻击，总共 7444 408 个比特币失窃，价值 3.5 亿美元，2 月 28 日 Mt.Gox 正式申请法院破产保护。

据了解，Mt.Gox 长期面临一系列的技术问题，这些问题早就已开始出现。2011 年，比特币从不足 1 美元的交易价格飙升至 32 美元，而这其中的大部分交易都是在 Mt.Gox 上完成的，但由于当时难以满足海量的交易需求，Mt.Gox 的服务器出现“down 机”情况，这直接引发比特币的

崩盘，其价格到 2011 年 11 月只有 2 美元。2013 年，比特币从 13.5 美元暴涨至 266 美元时，Mt.Gox 的服务器再次“down 机”，这也引发了新一轮的恐慌性抛售，比特币交易价格一度大跌至 50 美元左右。

不幸的是，类似的情况在 2014 年再度上演，2 月初，Mt.Gox 全球最大比特币交易平台以技术故障为由，停止用户提现的服务。Mt.Gox 曾在发表的声明中称：“比特币软件中存在一个漏洞，黑客可以利用该漏洞修改交易信息，比如让一个本来已经发生的比特币交易看起来像没发生……这会导致系统重新发送比特币……”

Mt.Gox 已经无力支撑，于 2014 年 2 月 28 日向东京地方法院正式申请破产。随后包括国内比特币交易网站比特币中国在内的多家交易网站专门就“Mt.Gox 破产”发表了联合声明。声明称：“这次糟糕的波动是因为 Mt.Gox 用户所信赖的公司自己实施可恶行为的结果，但是这完全不能反映出比特币以及数字货币行业本身的价值。目前有数百家值得信任以及负责任的比特币相关企业。这些公司将继续会让比特币对于消费者商户而言，变得更加安全和易于使用。”

Mt.Gox 尽管对比特币的发展贡献巨大，但作为一个交易所，一个商业机构，本身却做得一团糟，尤其是内部管理混乱、缺乏经验。美国新闻和评论网站 The Daily Beast 就发布文章对 Mt.Gox 倒闭的内幕进行了深入分析。

文章首先指出了 Mt.Gox 管理者忽视系统安全给整个平台带来的危害，对漏洞问题没有及时做出正确的决定。“当时 CEO 卡普勒斯已经发现了这个问题，但却忽视了安全问题的严重性，也没有及时采取补救措施。” CTO 毛里斯说，“到 2014 年 2 月，当他认识到这个漏洞的严重性并提出了相应的解决方案时已经为时已晚，这个漏洞已经造成了巨大损

第七章 横空出世的虚拟货币——比特币

失。卡普勒斯忽略了系统中的这个价值数百万美元的漏洞，其实任何一位称职的软件工程师都应当立即意识到这个问题的严重性，而任何金融机构也都应该配备一个安全团队来查找系统中的此类漏洞，但卡普勒斯却完全依靠自己的力量，这不能不让人感到不解。”

Mt.Gox 多次出现因技术漏洞导致的暂停提现问题，导致 Mt.Gox 在客户心中的诚信度和印象已经大打折扣。虽然，Mt.Gox 也表示会努力解决导致提现暂停的技术问题，但即便如此，Mt.Gox 仍将为失去客户的信任而付出沉重的代价。

技术漏洞没有得到解决，Mt.Gox 的财务漏洞让公司的经营状况雪上加霜。前 Mt.Gox 员工表示，公司的财务在漏洞被发现数天后意识到大量比特币遭盗窃的情况。“Mt.Gox 将 90% 的比特币通过钱包和 USB 钥匙冻结起来，他们还从银行租来了保险柜，在需要重启交易账户时才对比特币进行解冻并输入到系统中。但是在冻结和交易完成的整个过程中，并没有进行任何的财务对账。只要看到资金能够稳步回归，就没有人意识到实际上他们已经损失了大量比特币。而当他们意识到这一点的时候，一切都晚了。”

鼎鼎大名的比特币交易平台 Mt.Gox 就这样破产了，Mt.Gox 在比特币的发展史上作用巨大，一直作为比特币价格的风向标。这种混乱管理的结果是，Mt.Gox 逐渐积重难返，最后被黑客轻易得手，偷走了 4.6 亿美元的资产，Mt.Gox 就此终结。或许比特币体系最终可能因本身存在缺陷或被新的虚拟货币所取代而无法维持甚至分崩离析，但它将为整个金融业留下不朽的遗产，推动虚拟货币不断向前发展。

全国最低交易手续费免费办理国内正规商品股指原油期货开户 零佣金 不限资金量和交易量直接申请交易所手续费
任何地方费用比我们低 10倍赔偿差价 客服QQ/微信：958218088 期货开户和书籍下载请进：<http://www.7help.net>

第八章

走向变革，当保险遇到互联网

从萌芽到爆发

近年来，人们不难感觉到互联网已经进入了人们生活的方方面面，在深刻改变了人们生活方式的同时，也在改变着一个又一个的传统行业。传统金融行业近年来频频接受互联网的洗礼，保险、小券商、信托、基金等领域都迎来新的机遇。保险行业也开始了互联网化，通过互联网，利用数字化信息和网络媒体的交互性来与客户交流，提供保险各个环节的服务，使保险信息咨询、保障计划设计、投保、核保、缴费、承保、保单信息查询、理赔和给付等保险全过程实现互联网化。

互联网金融的热度不减，保险行业马上追赶上互联网金融发展的脚步，迎来爆发式增长。2014年2月25日，中国保险行业协会发布《互联网保险行业发展报告》显示，2011年至2013年，经营互联网保险业务的公司从28家上升到60家；规模从32亿元增长到291亿元，3年间增幅总体达810%，年均增长率达到202%；投保客户数从816万人增长到5437万人，增幅达到566%。其实，保险这一传统金融业务很早以前就开始了互联网化的进程。

第八章 走向变革，当保险遇到互联网

1997年年底，中国第一个面向保险市场和保险公司内部信息化管理需求的专业中文网站——互联网保险公司信息网诞生。2000年，太平洋保险北京分公司的国内首个保险电子商务网站上线；泰康人寿也在这一年宣布了泰康在线的开通，实现了服务的全程网络化。2008年，平安保险上线国内首家集证券、保险、银行及个人理财于一体的综合理财服务网站。太平洋保险、泰康人寿、中国人保为代表的保险公司相继推出在线购买和支付业务，第三方综合保险电子商务网站也随之兴起。

2011年10月初，淘宝网保险频道正式上线，实现保险产品的在线保费计算、购买、支付、完成投保等功能，并拥有会员体系、积分兑换体系、网站联盟等多种服务系统。标志着互联网保险爆发性增长阶段的开启。淘宝网保险频道上线主要针对个人推出保险产品，如旅游保险、自驾车保险、个人意外保险等，比起传统的营销渠道，在淘宝上的保险产品一如其他商品一样，更显得便宜。经过短短几年的发展，淘宝金融频道吸引超过20家保险公司、保险经纪公司和保险代理公司入驻，累计完成保险交易超过10亿笔。

2013年7月，开心保成为首家与淘宝保险频道达成合作意向的保险代理公司，随后，开心保旗舰店上线，宣告淘宝与第三方保险代理公司的合作正式展开。同年9月9日，一款名为“国华二号增强版”的保险理财产品受到热捧，上线3天内交易额就高达1.06亿元。

保险行业竞争激烈，各大保险公司也纷纷发挥自身优势，争抢细分市场的份额。2012年10月，太平洋保险成为了保险电商化的第一个吃螃蟹者，太平洋保险进军网络保险。2013年12月，中国人寿出资10亿元进行互联网布局，董事长杨明生表示：“大数据、云计算是当前互联

网金融发展的大趋势，近年来，中国人寿一直在关注互联网金融领域的发展态势。”此后，四大保险巨头——中国人寿、中国人保、太平洋保险、中国平安也相继在互联网上设立站点和主页、开通网上保险服务，所涉业务涵盖人寿保险、财产保险等近百个保险险种。从开设直销官网，到与第三方保险中介代理公司合作，再到入驻淘宝保险频道，保险销售渠道的拓展突破了传统观念，开始向更广阔的互联网领域进军。相比传统销售方式，敲敲键盘让投保人主动买保险，有价格比较，有销售记录查看，这无异于一场营销变革。

随着互联网企业、各大电商、保险企业纷纷加入，互联网金融规模进一步扩大，加上政策利好因素的推动，互联网金融正在朝纵深领域发展，互联网保险已成为各方在互联网金融领域厮杀的新战场。保险行业加速互联网化，一些保险公司为抢占市场采取新的营销方式，保险产品互联网化的痕迹日渐明显。专家称，该领域的竞争必将更趋激烈，保险网销市场尚有数千亿元的潜力待释放，未来发展前景相当可观。历经十几年的发展，互联网对传统行业的影响正在不断加深。互联网、电子商务、第三方支付等相关行业的高速发展为保险行业的互联网化奠定了产业及用户基础，互联网保险时代已经到来。

互联网保险是什么

过去的几年是传统金融领域风云突变的几年。2013年，余额宝将历史带入了互联网金融的时代，通过互联网能够实现一整套的综合金融服务，消费者已经进入到真正的互联网金融时代，从此，各种“互联网+”的模式遍地开花，保险业和互联网的结合也应运而生，互联网保险逐渐被人们接受。

《保险代理、经纪公司互联网保险业务监管办法（试行）》发布后，保监会在2012年2月正式向社会公布了第一批包括中民保险网在内的19家企业获得网上保险销售资格，互联网保险就此打开大门。2013年10月9日，“三马”正式合璧，互联网保险公司众安在线成立，保险行业吹响了正面争夺互联网市场的号角，互联网保险模式从此备受关注。

互联网保险是一种新兴的以互联网为媒介的保险营销模式，有别于传统的保险代理人营销模式。保险业界一般将互联网保险定义为保险公司或保险中介机构，通过互联网为客户提供产品及服务信息，实现网上投保和理赔等保险业务，完成保险产品的在线销售及服务，并通过第三

方机构实现保险相关费用的电子支付等经营管理活动。并通过以下几种模式进行互联网保险销售：保险公司在其网站上发布并销售其现有产品；保险公司在第三方公司网络平台上销售其现有产品；保险公司为第三方互联网公司的销售活动提供保险服务供投保人选择购买；保险销售人员或者保险中介公司在网上发布并销售某保险公司现有的保险产品等等。保险行业的销售模式关乎整个行业的综合竞争力，是行业转型升级的重要推进力量。经过十多年的发展，保险行业开始通过网络渠道进行销售，各大保险公司纷纷在自家网站建立销售平台，并与第三方电子商务平台展开合作。

业界对于互联网保险商业模式的探讨一直在进行。《互联网保险行业发展报告》指出，目前行业已初步形成了几大运营模式。官方网站模式，就是指在互联网金融产品的交易平台中，大中型保险企业、保险中介企业等为了更好地展示自身品牌、服务客户和销售产品所建立的自主经营的网站；第三方电子商务平台模式，指的是独立于商品或服务交易双方，使用互联网服务平台，依照一定的规范，为交易双方提供服务的电子商务企业或网站；互联网时代衍生出网络化的兼业代理模式，逐渐成为目前互联网保险公司中介行业最主要的业务模式之一，以其门槛低、办理简单、对经营主体规模要求不高等特点而受到普遍欢迎。另外还有专业中介代理模式和专业互联网保险公司。

与传统保险相比，互联网保险依托出众的创新能力打造自选式保险服务平台，凭借众多优势获得了众多消费者追捧，未来发展空间巨大。首先，保险运营互联网化，公司运营成本大大降低。传统模式下，依靠网点数量和人力规模进行一对一营销的传统优势，由于成本较高必将受

第八章 走向变革，当保险遇到互联网

到一定的削弱和冲击。而互联网保险具有“连接”“聚合”的途径，不需要庞大的营销人员队伍，而只需要维护好互联网客户端，就可以通过互联网向全国的潜在客户销售保险产品。第二，产品更加多样化，互联网保险产品丰富且时效性强，网络上众多的保险产品可供选择，而且可以参考很多的成交案例，用户可以进行比较而选择最合适自己的产品。第三，互联网保险创新性强，能更好地满足用户对于保险的新需求，借助互联网强大的客户聚集能力，发挥长尾效应，将保险期间碎片化，保费碎片化，使得以往不具有高额投保能力的客户纳入被保人群，进一步扩大保险市场规模。

保险作为传统金融领域中重要的支柱之一，也纷纷变革，加入了互联网金融的大军。互联网保险模式的出现是保险行业发展的里程碑，它彻底改变了传统保险业提供产品和服务的方式，为保险业发展带来新的机遇和挑战。作为一项新兴事物，互联网保险在我国发展的历史只有短短十几年时间。但在这十几年间，互联网正深刻影响着保险业的方方面面。借助互联网，一场保险业全新的商业模式革命正悄然来临。

互联网巨头涉足保险，平分秋色

随着互联网金融的逐渐崛起，各个电商巨头纷纷“砸钱”涉足互联网保险行业。成立于2003年5月的淘宝经过十多年的发展，已经成为国内最受欢迎的网购零售平台。借助网购的超高人气以及数据，淘宝在网销保险方面的捷足先登，取得了先发优势。

淘宝网保险频道于2011年10月上线，开设有中国人保财险、中国平安、阳光人寿保险、阳光财产保险、泰康人寿、华泰保险、太平洋保险、中国大地保险、天平保险等旗舰店，涵盖了车险、旅行险、意外险、健康险、少儿险、财产险等险种。2012年，国华人寿以创新革命性万能险理财产品在互联网领域打开了局面，其与淘宝支付宝的尝试性合作，竟然创下了“3天1亿元”的销售额。国华人寿一位负责后台监测的技术部副经理一度被汹涌而至的保费收入“吓呆了”。“像水龙头爆裂、水一下喷溅出来一样，网络平台的闸门一经放开，保费收入出现了爆发式增长，其频率之快，超出了我们的想象。”淘宝拥有数亿的客户，保险公司纷纷与其合作，淘宝成为网上投保渠道。淘宝方面已向市场交出了漂亮的“成

第八章 走向变革，当保险遇到互联网

绩单”，几年来，淘宝保险平台累计完成的保险交易超过 10 亿笔。

与此同时，其他电商企业也开始进军保险网销。腾讯财付通紧随其后，与国华人寿合作推出电商产品，并推出首场理财专场活动，其他保险公司也很快亮相腾讯财付通平台。

很快，国内另一家保险巨头泰康人寿也宣布携手京东商城，拓展在线保险新渠道。泰康人寿在京东商城上线的近 10 款保险产品均来自其官方网站泰康在线，包含综合意外险、旅游意外险、交通意外险、母婴险、女性疾病、住院医疗险等险种。随后，国寿、人寿、泰康、平安等保险公司的保险产品通过京东渠道销售。2015 年，京东金融在“京东 6·18”誓师会上正式宣布进军保险行业，将保险作为第六大业务板块并入京东金融体系，并于同期推出业内首创的众筹跳票取消险、海淘交易保障险、投资信用保障险、家居无忧服务保障险、30 天无理由退换货险等 5 款互联网保险创新产品，同时结合“6·18”，还将推出 1 元首付车险。

和淘宝、京东类似，2012 年 7 月 30 日，苏宁在其电商平台苏宁易购上也开通保险频道，将设立独资保险销售公司，预采用“虚实结合”的方式卖保险。苏宁易购的合作险企主要包括中国平安、太平洋保险、泰康人寿、阳光保险和华泰保险。苏宁保险的首批合作伙伴之一，华泰保险金融风险事业部总经理闫明曾说：“苏宁的主营业务与保险行业存在不少关联，例如苏宁旗下的红孩子母婴商城和缤购美妆商城，其目标人群是女性和婴幼儿，这部分人群是中国寿险的主要保费来源，可以有针对性地开发适销对路的保险产品。”

电商和保险行业的合作余温未消，垂直门户网站也前来“搅局”。2013 年 3 月，光大永明人寿携手网易旗下保险销售平台网易保险，推出

专为互联网用户量身定制的产品“增利宝”。根据该公司自己的介绍，这款通过网易销售的产品，是一款提供最低保证收益的万能型保险理财产品，主要迎合70后、80后、90后网络消费主力的理财需求，5000元起售，预期年收益率达4.5%，随时可在线提现，以理财为主，兼具保障等特点。

网易财经公布的数据显示，“增利宝”开售当天销量即突破1500万元。而早在2012年12月初，国华人寿也在淘宝聚划算销售平台推出3款产品，3天时间销售额突破1亿元。光大永明人寿相关负责人表示，在70后、80后、90后成长为网络金融产品消费主力的当下，网销理财及保险产品想增加销量，必须充分考虑和利用电商渠道。“光大永明十分重视电商渠道的潜力，重点支持电子商务渠道的跨越式发展。光大永明专业资管公司保证了产品的稳健收益；专业产品设计团队保证了产品具有很强的吸引力；网易优质的用户群和资源优势正是双方合作共赢的基石。”同年6月，和讯网旗下保险电子商务平台“放心保”正式上线，将以全新的经营模式开辟保险市场。门户网站和保险行业的跨界合作，让互联网保险行业走向深入发展，各个互联网公司纷纷与保险行业展开合作，让这一领域的竞争更加激烈。

进入2013年以来，互联网保险已成为市场的一个热门话题。一些保险企业争先恐后在淘宝商城开店卖保险产品；一些保险企业在自己官方网站上线保险产品；一些企业投资全新网站做纯线上保险产品。互联网与金融的跨界合作风生水起，互联网保险将以全新的经营模式开辟保险市场下一个蓝海，各大互联网巨头的转型尝试，也将打破现有保险行业格局，保险行业正面临大洗牌。

“三马”合璧

保险业在互联网金融创新上的“破冰”之举，当属“三马”合璧。2013年11月6日，由阿里巴巴、腾讯、平安保险“三马”联合组建的国内首家互联网保险公司正式获得保监会批复，并在复旦大学举行了挂牌仪式，宣布正式开业。保监会批复称：“同意浙江阿里巴巴电子商务有限公司、深圳市腾讯计算机系统有限公司、中国平安保险（集团）股份有限公司等9家公司共同发起筹建众安在线，进行专业网络财产保险公司试点。”众安保险作为第一家只做互联网保险的企业，将其业务范围限定于与互联网相关的财产保险，投保等流程也将通过互联网技术予以解决。显然，众安保险在探索互联网金融创新上迈出了重要的第一步。众安保险的成立意味着，互联网保险的时代已经来临。

据了解，众安的最大股东是阿里巴巴，持股19.9%，腾讯和中国平安分别以15%并列第二大股东。在众安保险开业仪式上，马化腾提到：“互联网加一个传统行业，意味着什么呢？其实是代表了一种能力，或者是一种外在资源和环境，对这个行业的一种提升。”这也是国内“互联网+”

概念首次提出。“互联网+”“公司股东是阿里巴巴马云、平安集团马明哲、腾讯马化腾”等一些特殊的标签，让一家只有 70 名员工的小公司备受关注。

根据其公开披露的信息显示，众安保险的主要业务模式有以下三条：将突破国内现有保险营销模式，不设分支机构，完全通过互联网进行销售和理赔；在产品研发上，避开传统车险业务，专攻与互联网交易直接相关的企业及家庭财产保险、货运保险、责任保险、信用保证保险；目标客户群是互联网经济的参与方，包括互联网平台、互联网服务提供商、电子商务商家、网络购物消费者、社交网络参与者等公司和个人客户。

众安保险将突破国内现有保险营销模式，不设分支机构，完全通过互联网进行销售和理赔，主攻责任险、保证险等两大类险种，实现业务的全面创新。作为国内最大的电商平台，阿里巴巴能够提供数以亿计的客户资源，在阿里云计算技术的支持下，众安能够得以用低成本高灵活性的计算能力支持互联网业务的拓展；中国平安本身就是以保险起家的全能型金融机构，能负责产品的研发、精算、设计，而且拥有丰富的线下理赔经验；腾讯的用户基础自不必说，强大的媒体资源和营销渠道更是无出其右者。三者联手可谓是无可匹敌的强强联合。

众安保险是首家互联网保险公司，也是第一家将全部业务系统搬上云计算平台的金融企业。众安保险在开业前仅花了 5 个月的时间就实现了两地三中心的容灾部署。这家“三马保险”一个有别于其他保险公司的最大的特点是这是一家完全依赖互联网进行保单销售与管理、不设分支机构的“网上保险公司”。平安掌舵人马明哲坦言，三方合作就是把阿里巴巴、腾讯在互联网上的优势和中国平安的保险业务相结合。“我

第八章 走向变革，当保险遇到互联网

的出发点是要做一个公开的平台，让所有人都能在平台上提供商品。未来，基金、信托，甚至银行的产品都可以放到平台上来卖。互联网上很多交易金额很小，出保单并不够，有些网络游戏有一定价值，网络上的虚拟价值是存在的，‘地面’的保险也可搬到网上。所以我和马云、马化腾，我们经过多次交流，大家决定一块在这里做一个尝试。”

众安保险是互联网金融大潮中的标志性企业，也是互联网保险业务创新的先锋，它的成立体现了传统保险业已经迫不及待地想抓住互联网金融快速发展的时机，去实现对行业竞争规则的颠覆和对竞争对手的超越。保险销售搭上互联网的顺风车，通过互联网渠道，保险销售可以打破时空限制，摆脱人力束缚，快速开启互联网保险盛宴。作为我国首家网络保险公司，马云、马化腾、马明哲“三马”携手推出的众安保险，让互联网保险业务备受关注，在整个互联网保险的发展历程中具有标志性的意义。

噱头与创新并存，互联网保险新形势

近年来，随着互联网热度的提高，继“宝宝”、P2P之后，互联网保险再度掀起创新热潮，成为热门话题。互联网保险的到来，传统险种如寿险、财险、健康险、责任险等似乎已满足不了人们日益多元化、个性化的保险需求，为谋求出路，保险公司不得不将保险融入互联网元素，开始积极创新。如今，互联网保险的时代，各种创新险种充斥着大家的生活。

今年夏天天气热，不怕，有“高温险”；中秋节没看到月亮，不怕，有“月亮险”；冬天雾霾天太多，不怕，有“雾霾险”。哪怕是手机丢了或者功能不全，现在也有人帮你埋单，奇虎360便与中国人保推出了“手机盗抢险”，用户花19元投保后，手机被盗被抢后可以获得赔偿，最高3000元。手游公司蓝港在线联合中国人民财产保险公司推出“千万换机风暴”活动，凡在规则之内玩不了《王者之剑》游戏的智能手机，将由人保财险赔付2000元人民币。从“月亮险”到“雾霾险”，再到“高温险”，无论是保“气温”、保“月亮”还是保“太阳”，这些不断涌现的线上创新的保险产品，都体现了互联网金融的创新与活力。

第八章 走向变革，当保险遇到互联网

五花八门的险种背后，是“互联网+”浪潮的席卷。无论是出于营销手段的考虑，还是基于互联网的保险产品创新，互联网之于保险的影响日渐深远。继众安保险的“高温险”引发关注后，安联财产保险（中国）有限公司与阿里巴巴旗下淘宝保险推出的国内首个“中秋赏月险”便引发各界热议。安联财险与淘宝保险本周一合作推出国内首个“中秋赏月险”，被保险人如中秋看不到月亮，投保99元可获保险理赔188元，相应赔付金额会汇至被保险人的支付宝账户内。有关负责人表示，“中秋赏月险”其实是人身意外险的附加保险，赔付的是因不能赏月造成的心情损失。很多人评价这一奇特的险种不仅是因为它的创新，还有其互联网独特的基因——噱头。

显然淘宝还没玩够，淘宝还继续推出“寂寞单身保险”“爱情保险”等创新险种，赚足了眼球。

就在“赏月险”热闹登场的同一天，一款“单身险”也在淘宝同时开卖。太平人寿在淘宝官方网店推出了“黄金圣女/圣斗士单身保障”，淘宝价99元，号称内有“脱单法宝”。与“赏月险”相似，这款保险的主险是1年的交通工具意外险，附带某相亲网婚恋服务，如红娘牵线、推荐参加相亲节目面试等。尽管这款产品未能如“赏月险”这般轰动一时，但其独特的创意也吸引了不少人。目前，这款产品也已经下架。

阴晴不定的天气竟然都能上保险，更为捉摸不透的感情也能吗？还真有保险公司来为爱情埋单。为感情埋单的保险产品此前就有保险公司推出，比如曾经引来不少口水的“防小三险”。阳光人寿曾推出一款保险产品，投保人必须是丈夫，受益人必须是妻子，最低缴费额是每年5000元。如果之后婚姻破裂，妻子一方根据投保时的约定，可获得

60%—100%的相应权益。该保险被网友戏称为“防小三险”。

有消费者认为，像“赏月险”“单身险”只是一种噱头炒作，不过亦有专家表示，保险是一种商业行为，只要不具备欺骗性和强迫性，在商业行为中加入趣味性、互联网元素并无不妥。互联网金融的“鲶鱼效应”持续发酵，各大险企为求创新纷纷“触网”，大搞营销噱头吸引眼球。不过，也有人对于这些创新的保险非常喜欢，大赞其中的一些品种很实用。

比如“好人险”，当“老人摔倒扶不扶”一次又一次成为社会热议的话题，这款以“做好事被起诉”为保障标的的个人责任险横空出世。尽管保险业内质疑，这款保险存在投保人联合老人和律师上演“骗保戏”等问题，但“好人险”的出发点无疑是让大家没有后顾之忧地做好事。有创新，就会有风险。创新催生的新兴应用也不断涌现出各种风险，如支付安全、互联网安全以及互联网保险中出现的各种安全问题，这些都成为限制互联网保险深入发展的瓶颈。

互联网保险给保险业的变革带来了无限的想象空间，有专家认为，保险在保障的基础上进行模式的创新，这是应该鼓励的方向。越来越多的保险公司决策层逐步意识到：保险触网首先要产品创新，但模仿华泰退运险、众安众乐宝、人保手机险、泰康乐业保、安联赏月险等，等于永远跟着别人的节奏跳舞，远远不够。个别创新产品引发市场热议和关注，总体上却未找到有效的突破口。保险产品虽然有不少微创新，但真正能够引起市场普遍关注并形成影响力的产品实际上很少，互联网保险产品设计还有很长的路要走。互联网与大众生活日益密不可分，这样的背景下，保险业也须顺应时代发展潮流，加快互联网保险创新发展。

第九章

金融电商大舞台

阿里金融，不断尝试

“如果银行不改变阿里，阿里将改变银行”，马云在 2008 年说出的豪言壮语引发金融体系地震，如果你仔细研究过阿里巴巴在金融领域的布局，就知道马云说出这样的话绝对不是危言耸听。早在 2002 年时，马云推出诚信通，算得上是阿里金融的最初萌芽，自 2002 年到 2012 年，马云用了十年时间决战金融。

为了解决网络贸易的信用问题，2002 年 3 月，阿里巴巴推出了为中小企业量身定制的“诚信通”。该产品宣称，通过独一无二的第三方身份认证，企业能够拥有诚信通档案，赢得买家信任。当时阿里巴巴正处于创业早期，用户只要注册登录，即可免费获得展示产品的服务。但用户鱼龙混杂，甲方希望乙方先付款，而乙方又希望甲方先发货。阿里巴巴为此推出了诚信通，要求企业在阿里巴巴建立信用档案，买家可以在交易时浏览，此后阿里巴巴在“诚信通档案”基础上推出的一套评分系统，即“诚信通指数”，由 A&V 认证、证书及荣誉、会员评价、经验值等构成。

据一名阿里巴巴的员工介绍：“信用数据库一般只有银行拥有，并

第九章 金融电商大舞台

有偿向外界提供查询服务。”据其介绍，银行信用虽然一定程度上反映了商户的信用状况，但阿里巴巴对交易信用的记录更接近企业的真实信用状况。这个数据库正是日后阿里信贷得以壮大的根基。

2003年年初，在阿里巴巴 B2B 核心业务赢利稳定后，马云着手准备 C2C 业务。同年 5 月，淘宝网成功上线，当年 10 月推出了日后影响着金融支付变革的支付宝。马云的野心是把支付宝作为支点，进军整个电子商务金融，包括支付结算、信贷、银行卡、供应链融资，当然也包括银行。2007 年—2010 年，阿里巴巴联合建行、工行，向会员企业提供网络联保贷款，无须抵押。由 3 家或 3 家以上企业组成一个联合体，共同向银行申请贷款，同时企业之间实现风险共担。阿里巴巴将提交申请的会员信用记录提交给银行，最终由银行决定是否发放贷款。阿里巴巴开始正式踏足金融领域。

数据库是阿里金融的最核心资产。试水期间，阿里建立起一整套信用评价体系与信用数据库，通过阿里巴巴、淘宝、天猫、支付宝等一系列平台，阿里金融对卖家进行定量分析，前期搜集包括平台认证和注册信息、历史交易记录、客户交互行为、海关进出口信息等信息，甚至包括针对网络特性制定的坏账客户“互联网全网通缉”，公布用户的不良信用记录。再加上卖家自己提供的销售数据、银行流水、水电缴纳甚至结婚证等情况。2008 年 5 月，阿里巴巴在“信贷中介”的基础上再进一步，正式推出协助企业与 VC 对接的“网商融资平台”。该融资平台与国内外 400 多家 VC 机构达成初步合作意向。由于阿里巴巴拥有近 3000 万注册会员，几乎涵盖了所有的行业，其中不乏具有高成长性的企业。此时的马云，已初步构建起阿里的信贷体系。

2009年，阿里巴巴与银行的合作出现了问题，当时的银行对于和阿里的合作不够重视，马云开始审视自己继续与银行合作是不是有未来。此时，尤努斯的出现让马云有了新的想法，2009年9月11日，阿里巴巴网商大会在杭州召开，孟加拉国经济学家穆罕默德·尤努斯出现在嘉宾阵营里。那时尤努斯对多数中国人来说很陌生，可马云却很欣赏尤努斯的“小微企业贷款模式”。2010年，阿里巴巴与建行停止合作，调整方向，与复星、万向、银泰等股东共同推动，成立浙江阿里巴巴小额贷款公司，得到国内首张电子商务领域的小额贷款公司营业执照，2011年，阿里巴巴又在重庆成立了小额贷款公司。阿里巴巴全面开展小贷业务，为B2B业务、淘宝、天猫三个平台的商家提供订单贷款和信用贷款。小贷公司的成立，是马云打造阿里金融帝国的重要一步。

马云自2012年以来进行了一系列令人眼花缭乱的变革，先是年中实现B2B私有化，之后是阿里信贷业务向江浙地区普通会员放开，小贷崛起势头正旺，同时推进“三马”合作，与马化腾、马明哲谋划成立一家合资公司探索互联网新金融道路。到2013年初，阿里金融业务已经形成了支付、小额贷款、担保、保险，几乎金融全产业链规模。早在2008年金融危机爆发之时，马云曾豪情万丈地表示：“如果银行不改变，那我们改变银行。”现在，马云显然有了更多资本。

2014年，阿里巴巴旗下的金融王国蚂蚁金融服务集团成立，这意味着，阿里巴巴金融王国正式独立。这家公司旗下拥有支付宝、支付宝钱包、余额宝、招财宝、蚂蚁小贷及筹备中的网商银行等品牌。目前其布局日趋完善，基本覆盖了金融“存、贷、汇”三大板块。马云曾经说过，阿里做的金融业务不是改革，而是一场革命，一场金融的革命。马云的

第九章 金融电商大舞台

阿里金融在各个领域的尝试不管最终能否成功，它对中国金融创新都具有里程碑式的意义。

苏宁加入互联网金融大军

现在的互联网金融，用“混战”形容绝不为过。阿里金融无疑是最早布局的，但这一领域的美好版图已引来越来越多的“掠食者”。有人把 2013 年称作中国互联网金融元年，因为这一年互联网公司纷纷推出理财产品。6 月 13 日，阿里巴巴推出可将支付宝中的闲置资金用于购买某款货币基金的“余额宝”；6 月 26 日，天天基金网推出一款名为“活期宝”的产品；7 月 18 日，新浪推出“微银行”服务，用户可在新浪微博的“微银行”上办理资金转账、汇款、信用卡还款等业务；这一年华夏基金在微信平台推出“小华小夏”交易账号，华夏基金用户可在微信上直接下达交易指令……

随着互联网巨头在金融领域频频出招，很快，苏宁易购也开始涉足互联网金融。对于正在积极转型中的苏宁，互联网金融显然也是不可轻易放弃的一环。苏宁也在围绕自己的供应链进行越来越多的金融领域探路，打造属于自己的互联网金融江湖。

2009 年 8 月 28 日，苏宁就以 5.4 亿元认购江苏银行 1.79% 股权。

第九章 金融电商大舞台

虽然参股动作不大，但已经显露涉足金融业的苗头。2010年，苏宁旗下的电子商务网站苏宁易购正式上线。苏宁易购作为电商平台，大规模引入服装鞋帽、百货、美妆等品类，同时将成为其涉足金融业务的后盾。2011年7月，北京苏宁又与国开行及其他区内企业发起设立北京通州国开村镇银行，持股9%。随后，苏宁又在重庆成立重庆苏宁小额贷款有限公司，其全资香港子公司——香港苏宁占股75%，苏宁集团占股25%。同时，苏宁与国内十多家知名基金公司合作，推出针对个人和商户的“易付宝”余额理财的增值服务。另外，苏宁还在线下门店设立“理财专柜”，线上、线下共同推广互联网金融的产品。苏宁抓紧时间铺垫互联网金融市场，几乎涉足各个领域。

2012年，苏宁的第三方支付平台易付宝就已经上线，现已有的功能包括信用卡还款、转账汇款、手机充值、水电煤缴费、固话宽带缴费等生活服务，还开设了易购保险。与阿里金融“平台、金融、大数据”的路线略有不同，苏宁的金融布局为“全金融”。除了提供还款、转账、基金、保险等互联网金融产品之外，后期，苏宁还可能利用线下1600多家实体店的优势，将苏宁易购正在开展的金融业务复制到线下。“苏宁会员将可以实现在苏宁易购购买货币基金、债券基金、短期理财基金等中低风险的投资理财产品，也可以通过易付宝中的余额实现增值、升值，增加个人额外收益。”苏宁副董事长孙为民曾对苏宁的金融领域做出诠释，“苏宁的互联网金融服务分为上、中、下游业务，上游是供应链融资业务，下游是消费信贷业务，而中间则是委托理财服务。”2014年，继易付宝后，实施互联网转型战略的苏宁再次推出自己的线上余额理财产品零钱宝。苏宁金融事业部相关负责人介绍，“零钱宝”实际上是将

基金公司的基金直销系统内置到易付宝中，易付宝和基金公司通过系统的对接为用户完成基金开户、基金购买等一站式服务，整个流程非常简单。此外，投资者还可对两家基金公司产品进行选择。零钱宝和余额宝单一挂钩天弘货币基金不同，零钱宝可以在两家基金公司中任选一家的产品，系统默认推荐当前七日年化收益率最高的基金产品。苏宁方面介绍，用户存入“零钱宝”的资金可以实现“7×24小时”随时随地“T+0”快速提现到银行卡或者易付宝账户。而且用户还可直接使用“零钱宝”资金在苏宁易购购物支付、缴费、充话费和还信用卡。

2014年是苏宁进军金融领域关键的一年，这一年苏宁保险呼之欲出。继淘宝、京东之后，苏宁也看中了网销保险的广阔“钱”景，将设立独资保险销售公司，预采用“虚实结合”的方式卖保险。保险是苏宁进军互联网金融的重要业务单元，通过大数据分析，深度联合保险公司开发差异化寿险产品，积极探索线上线下融合的保险营销模式。

苏宁金融在帮客户实现安全稳健投资的同时，将为用户提供更多消费应用场景。现在，苏宁的互联网金融业务已涵盖第三方支付——易付宝、小额贷款——苏宁小贷、理财——个人理财产品零钱宝、“对公理财”、保险等多个领域。加之紧密筹备中的苏宁银行，苏宁全力打造一个安全、稳定、灵活、便捷的集理财、消费于一体的账户体系，抢占互联网金融市场的野心不言自明。

京东打造金融王国

在余额宝搅动了互联网金融的“一池春水”后，2013年7月，刘强东在平台合作伙伴大会上表示京东已经成立金融集团，除了针对自营平台的供应商，未来还会扩大到POP开放平台。阿里巴巴很早前就确定了“平台、金融、大数据”三大未来发展策略，而京东商城也在年初确定了“自营电商、开放服务和数据金融”三大未来发展规划，双方都觊觎互联网金融这块大蛋糕。京东方面表示，未来10年，京东也将金融业务作为新的增长点，以电商、互联网金融、物流业务、技术平台等建构新的经济帝国。

起初，刘强东只是热衷电子商务，并没有想到今后与金融会有什么关联。在“数据为王”的当下，京东日积月累的平台交易数据却不经意间成为电商进军金融业务的重要筹码。2012年10月底，京东商城曾收购电子支付服务提供商网银在线，为的就是获得第三方支付牌照。京东的金融服务，主要是为了推动产业链上下游各方的共同繁荣。而且未来的商业竞争是供应链的竞争，谁的供应链运转得更高效，谁才能在未来

的蓝海市场上站稳脚跟。所以，京东推出自己的支付工具之后，可以大幅减少支付成本。支付之外，京东也正在积极突破供应链金融。

京东做金融最早的尝试是供应链金融，即面向所有京东的供应商和平台商家提供一整套综合金融服务，包括订单融资、应收账款融资、供应商委托贷款融资等形式。2012年11月27日，京东供应链金融服务推荐会暨京东—中国银行战略合作伙伴签约仪式在京举行。京东凭借其数以百亿计的巨额现金流收入，以其商业信用为担保，推出了“供应链金融服务”。

而此举措带来的另一个影响则出乎很多人的意料，京东商城的身份，正从中国网络零售商，悄然转型为中国零售业的信用批发商。比如京东的供应商与开放平台的商家在大促销或节假日期间发现备货资金不足时，可向京东商城提出贷款申请，获得供应链融资。

为此，京东先后推出“京保贝”和“京小贷”贷款产品，与国内同类电商平台的金融服务相比，京东商城的供应链金融平台，显示出了渠道新颖、成本易控、无须抵押、办理简单、额度循环、高效快捷的特点。如对供应商可并行提供订单融资和应收账款融资等不同服务，在未来，京东的金融服务还将逐步延伸至个人会员。京东商城供应链金融服务可以提高供应链的整体能力，通过资金流带动整个链条发展，从而实现供应链的有机整合，使京东供应商的资金运营效率轻松提升400%，有效推动了电商产业链的健康发展。

随着传统企业电商化，互联网金融借贷业务成为另一个比较大的掘金空间。据了解，京东的供应商大约有10万家，其中50%有贷款需求。京东的金融服务包括B2B和B2C两部分。其中，B2B部分对供应商提供

第九章 金融电商大舞台

融资和投资服务。融资包括：订单融资、入库单融资、应收账款融资、委托贷款融资；投资包括：协同投资信托计划、资产包转移计划等。在这些融资中，京东商城扮演供应商与银行之间的授信角色，所有的贷款资金都来自银行。京东只是提供数据供银行参考，并且不提供担保。

除了为上游供应商推出 B2B 的金融服务外，京东也计划面向普通用户推出金融服务，包括面向普通消费者的保险、理财、黄金、信用交易等。2014 年 3 月 28 日，京东互联网理财产品京东小金库上线。京东小金库与阿里巴巴的余额宝类似，用户把资金转入“小金库”之后，就可以购买货币基金产品，同时“小金库”里的资金也随时可以在京东商城购物。继阿里巴巴、新浪之后，京东也快速杀入票据理财市场。2014 年，京东金融方面确认将于 8 月 12 日推出新的理财产品——“小银票”，填补了理财产品介于 1 个月至 6 个月的期限空白。那么，票据理财类产品到底是什么？京东金融方面的解释是，“小银票”每款产品由融资企业以银行承兑汇票抵押，作为债权实现的担保，票据到期银行将无条件承兑保障投资者利益。

京东金融规模上虽小于阿里金融，但从未停止追赶的脚步。阿里巴巴曾力推“虚拟信用卡”业务，但与银行合作的过程中被监管部门叫停，尽管阿里在“虚拟信用卡”方面止步，但起步较晚的京东金融却弯道超车，撇开银行，直接推出了互联网金融领域的首款信用支付产品“京东白条”，引人注目。2014 年 2 月 13 日，京东金融正式公测互联网消费金融业务“京东白条”，该业务的主要内容是消费者在京东购物便可申请最高 1.5 万元的个人贷款支付，在购物时可以选择最长 30 天延期付款，或者 3 至 24 个月分期付款两种不同方式。如果选择前者，用户不需要

支付任何利息，而后者则按照每期 0.5% 的利率来计算。2014 年 9 月底，第二款“白条”产品“校园白条”正式亮相。京东金融正式进军校园金融。

如果说零售电商代表了京东的过去，金融则代表了京东的未来。电商是天然接触大量现金流的业务，京东根据自身客户特点提供有针对性的金融服务，顺理成章。从收购网银在线开始，到第三方支付，再到供应链金融、京东众筹、京东白条等互联网金融平台业务，不管是在组织架构上还是在业务资质上，京东金融的业务架构已逐渐清晰，一个功能完备、业务齐全的互联网金融产业链已然形成。借助供应链金融、消费金融、众筹、财富管理、支付这五大板块，京东，一个“雄心勃勃”的金融王国隐现。

58 同城，试水互联网金融

生活服务类平台 58 同城成立于 2005 年，定位于本地社区及免费分类信息服务，帮助人们解决生活和工作中所遇到的难题。如今，继阿里金融初试并问世之后，京东、腾讯等互联网企业也陆续进军互联网金融领域。此前，58 同城创始人姚劲波曾表示，分类信息网站已死。作为一家本地生活服务网站，分类信息这种轻巧的模式确实是涉猎广泛、不够深入。姚劲波的言外之意是 58 同城也要甩开分类信息服务的标签，开始寻求新业务。

在互联网金融大热的时代，这家神奇的网站也按捺不住了，2015 年 5 月 8 日，58 同城正式对外发布 58 同城金融发展战略。发布会上，58 同城 CEO 姚劲波表示，58 同城将与小额贷款公司亚洲联合财务有限公司在互联网金融业务方面展开合作，58 金融的出现对 58 同城整个“生态圈”的平衡和完善起到了至关重要的作用。

和其他互联网巨头进军互联网金融不同，58 同城的首战没有宣布拿下某个牌照，而是与最大的外资小贷公司签署战略合作。58 同城是目前

国内最大的本地生活服务平台，亚财联是中国香港最大的独立消费金融公司，在中国大陆 15 个省市设有分支机构，在中国大陆和香港的分支机构总数超过 160 多家。据了解，58 同城提供的金融服务产品包括购车贷款、购房贷款、企业贷款、消费贷款四种类型，由专业金融公司提供信息源，用户只要选择适合自己的贷款额度和还款年限，即可搜索出符合需求的贷款计划，其中不乏招商银行、中国银行等大银行的贷款产品。

双方接下来还将共同探讨开展 P2P 贷款业务的潜在合作方向，58 同城想从正盛行的 P2P 业务中分一杯羹，正式开始互联网金融事业。按照 58 同城方面公布的数据，其月独立用户数超过 2 亿，覆盖全国 380 个城市，每个季度有 550 万个中小企业和商户登录 58 平台，58 同城的数据库数量在中国可能是第三大的。针对场景数据怎样让金融实现更好的服务，姚劲波说：“58 同城可以说是国内最大的租房平台，海量的、百分之八九十的房源信息通过房东或经纪人发布在平台上。在这样一个条件下，我们希望用户租房可以按期付款，可以不用向房东交押金，58 金融帮客户交第一个月或者第一个季度房租，客户可以先拿到钥匙，再分期付款。而我们将钱直接付给服务方，通过场景数据的验证，他可能是与 58 合作的某个可靠的经纪公司或者一个连续多年在 58 平台发布租房信息的老房东等等。”基于数据和用户的优势，与亚财联的联手，最为基础的就是实现平台与金融产品的对接，可以通过 58 同城的平台向用户提供各种融资、理财方面的需求。

专家表示，与京东和淘宝等电商平台能够直接获取交易数据不同，目前 58 同城作为生活服务平台，并不能直接获取到最具价值的交易数据，因此对个人用户提供互联网金融服务时，相关的用户行为数据参考价值

第九章 金融电商大舞台

有限，会造成风控能力不足。基于“过去的金融缺交易，未来的金融缺场景”这样的观点，可以看到 58 同城恰恰就是一个巨大的场景平台，58 金融则完全可以凭借 58 同城如今在租房、二手房、新房、商铺转让、二手车、新车、装修等平台的具体场景，掌握用户的信用状况，并获知用户贷款的目的，最终把贷款无缝融入到交易场景里。“因为贴近生活，所以更为简单”，这可以算是 58 金融的一个特点。与其他互联网金融平台不同的是，58 金融基于 58 同城平台上的多元生活场景，可以轻易融入其中，成为各业务之间自然的循环系统。

除了 P2P 业务，未来 58 同城不排除涉足类似余额宝、京东白条等业务的可能。经过一年的发展，58 同城金融事业部目前已建立了包括风控、合规、产品、研发、测试、呼叫中心、运营客服等核心职能团队。与阿里巴巴和京东等电商平台相比，58 同城此次推出金融服务，算得上小步快跑进入了金融领域，对此，姚劲波说道：“58 同城毕竟是一个融资公司，是一个 IPO（首次公开募股）的公司，有能力对接资本市场，源源不断拿到资金支持。我们希望 58 成为中国本地信息服务市场很重要的一股力量。我们推出的 58 金融服务，是希望给用户提供了除了信息发布以外的服务，一个商户就操心三件事情，招聘员工、市场推广、获得资金，而这三件事 58 都可帮助商户解决。金融服务是 58 下一步的重要战略产品，58 后台拥有几百万的商户，我们希望有能力让他更简捷地获得资金，让商户经营更加顺利。”

在高调宣布进军互联网金融领域的一年后，58 同城又宣布了一次互联网金融战略，亮出了第一款理财产品——“58 钱柜”。“58 钱柜”是一个高安全系数的理财平台，联合了银行、证券、基金、小贷、P2P 等

第三方机构，预期年化收益率为 9%。再次进军互联网金融领域意味着基于 58 同城平台原有的各重点业务线的生活服务场景将被贯通，促进 58 同城平台及业务形成真正的业务闭环。由此看来，坐拥大量商户、用户数据的 58 同城试水互联网金融业务也不算是平地起高楼，只是道路有点遥远而已。

1 号店大步迈向互联网金融

互联网金融领域竞争激烈，阿里巴巴、京东、苏宁等电商平台相继发力互联网金融领域。在众多大型电商开展互联网金融业务的同时，其他一些电商平台也蠢蠢欲动，聚美优品、唯品会、凡客、敦煌网、慧聪网等电商平台，已经与金融机构开始合作，有的正在悄悄准备当中。业界人士认为，由于电商拥有供应商、消费者个人资料、交易信息等大数据，所以更容易做互联网金融，而且互联网金融有利于让电商自身形成闭环生态。由此看来，电商入局互联网金融，是水到渠成的事。

2014年5月7日，互联网金融领域再添一个新成员，1号店面向供应商、入驻商户、第三方合作伙伴和消费者的全方位金融平台“1金融”正式上线。1号店供应链金融业务分为四大模块，可分别为1号店的供应商、入驻商户、第三方合作伙伴和顾客提供全方位金融服务产品，是结合1号店的开放物流平台、大数据平台、商家管理体系、顾客管理体系打造的金融平台。

一位业内人士表示，每一个电商平台都有自己的用户定位及特色，

可以依据这些特色，来做更多的互联网金融产品的创新。“未来，1号店的金融平台将结合1号店的开放物流平台、大数据平台、商家管理体系、顾客管理体系等优势，继续向商家端及消费者端延伸，打造全面金融服务。”于刚在与中国邮政储蓄银行签约仪式上这样说。1号店与中国邮政储蓄银行联合推出全新的电商供应链金融产品，并将作为1号店必赢平台的核心产品之一，为1号店的供应商、入驻商家及第三方合作伙伴提供低成本、可靠度高、无担保抵押的融资解决方案，产品涵盖“小微贷”“信用贷”和“金融团”等多个金融品种。据了解，中国邮政储蓄银行是首家和1号店携手推进供应链金融产品的合作银行，此次1号店供应链金融服务得到了中国邮政储蓄银行总行的重点关注，并被列为2014年的小微金融创新重点项目。

上线之初，“1金融”仅限于供应商融资和消费者个人生活化保险，发行了面向供应商的“1保贷”及面向用户的“1元保险”两种产品。其中，“1保贷”是银行基于供应商与1号店之间的应收账款提供的一种融资服务，是其与中国邮政储蓄银行合作，以自营供应商已确认的应收账款为基础，贷款周期最长6个月，实现无纸化操作，无抵押担保，随借随还，年化利率低至基准，3分钟放款。该产品的上线将满足供应商快速资金周转的需求，实现供求资金零压力。

针对消费者，1号店携手正隆保险经纪公司和长江财险联合推出了“出行无忧险”，这是“1金融”平台“1元保险，T+0闪赔”的首发产品。在后期，“1元保险”陆续推出数十种生活化和个性化产品，包括儿童保险、女性保险、老年人保险、宠物保险、家政保险、水管爆裂保险、燃气保险、居家防盗保险、家庭财产保险、房屋及装潢保险等。

第九章 金融电商大舞台

“1保贷”“1订贷”等产品的陆续推出使得“商必赢”云平台更加完善，将为商家及合作伙伴提供低成本、可靠度高、无担保抵押的融资解决方案，从而构建更加开放和良性发展的1号店平台生态圈。金融1号店的创始人王玉泉表示：“我们希望用互联网思维改造传统金融行业，帮助用户更加安全、轻松、高效地管理个人财富，享受极致的金融服务。”

互联网金融已经进入到高速发展期，如今，电商进军互联网金融已不是什么新鲜事了。继阿里巴巴、京东等老前辈在互联网金融的“江湖”风生水起之后，作为电商进军互联网金融的第二梯队，1号店接下来应寻求更多的创新，加快互联网金融的步伐。

第十章

银行之变，绝地反击

银行面临的冲击，始料未及

无论银行是否愿意承认，自余额宝问世以来，互联网金融已经让银行业为之动容。早在 2012 年哥伦比亚大学中国企业研究中心（CBI）全球高峰论坛上，招商银行行长马蔚华说：“以脸谱为代表的互联网金融形态，将影响到将来银行的生存。”当稳重的金融业遇上多变的互联网，一场不可避免战争就此打响。

互联网金融之所以“来势汹汹”，是因为它正在改变着我们的生活。同样 1 万块钱，放银行里按活期利率算，一个月只有 30 多块钱，而放在支付宝里转“余额宝”，一个月收益 300—400 元。通过余额宝等互联网金融产品，真正实现了平民理财、懒人理财。余额宝其实是打着擦边球轻松地打破了银行的垄断，革的是银行的命。相比互联网企业的迅猛势头，对传统金融机构而言，用一位业内人士的话来说，2013 年可以说是“备受煎熬的一年”。

互联网技术的革新使得互联网企业、第三方支付机构在这场创新战中的优势越来越明显，它们正在逐渐打破银行等金融机构的特权，变成

第十章 银行之变，绝地反击

新金融渠道，并借助互联网商业模式，一步步深入金融业务。互联网金融几乎影响了传统金融领域中的各个部分。

首先，移动支付逐渐替代如信用卡、银行汇款等传统支付业务，影响银行的基本职能领域。支付、贷款、财富管理等本来都是银行的一个基本职能，但随着以支付宝、财付通为代表的第三方支付平台的出现，削弱了银行作为社会支付平台的地位。自2010年至今，第三方支付所涉及的领域不仅限于网上的电子商务，更延伸到传统的水电气缴费、信用卡还款，包括代交交通罚款等方面。以支付宝、财付通为代表的第三方支付占到市场份额的八成，已经超过银联和银行的网银支付的总量，严重威胁了银行生存的根基。

其次，对银行主要业务的冲击不小。融资、借贷、理财等模块是银行的主要业务范围，互联网金融在各个模块都做得有声有色，包括个人活期存款、个人定期存款、个人理财存款在内的银行个人客户服务均遭受潜在冲击。多功能综合的互联网金融创新产品有可能动摇银行的根基，阿里巴巴、百度等涉足金融领域后，互联网金融产品碎片化，草根理财有非常大的市场。互联网渠道为货币基金提供了大批客户，吸引了大量闲散资金进入，这部分资金迅速脱离传统的银行存款渠道，转向互联网金融理财渠道。

另外，互联网金融深入发展的一个重要例证是涉足信贷领域，改变了银行传统信贷单一的信贷供给格局。电子商务企业涉足金融，互联网金融冲击传统信贷模式，这方面以阿里巴巴的小额贷款业务为代表。阿里巴巴旗下有两家位于浙江和重庆的小额贷款公司，通过创造“小贷+平台”的融资模式，为中小企业提供信用贷款和订单贷款，同时为淘宝

和天猫上的用户提供“订单贷款”和“信用贷款”两项业务。凭借其电商平台上积累的信用数据，其运营成本大大低于银行贷款，“订单贷款”基于平台上“卖家已发货”的订单申请，“信用贷款”则完全基于卖家的信用。目前，阿里小贷放贷资金累计已经超过 300 亿元，为 13 万家小微企业、个人创业者提供融资服务，开辟了一个新的金融业务领域。另外，P2P 网贷平台不断涌现，直接融资模式正在形成，强烈地冲击着银行传统融资模式。

第三，互联网金融凭借大数据的优势，积累了海量客户数据信息。互联网金融拥有了比任何一家单一银行更广泛的客户资源，大大降低了金融业的信息成本，改变了传统金融的信息不对称，不仅削弱了银行在信息筛选和处理方面的优势地位，而且还突破了银行作为资金交易中介的传统金融理念。

互联网改变着我们生活方式，大数据、云计算的发展，使一切都在经历变革。给人们带来便利的同时深深地影响着传统企业，银行就是其中之一。比尔·盖茨曾表示，传统商业银行如果不能对电子化做出改变，将成为“21 世纪灭绝的恐龙”。自 2012 年以来，互联网金融迅速的发展势头让人惊叹，并且已硝烟四起，让人目不暇接。P2P 网贷迅猛发展、余额宝悄然上线、京东已宣布成立金融集团……这突如其来的变化让银行也意识到，互联网金融未来的影响将更深、更广，“躺着吃饭的日子已经结束了”，是时候改变了。

银行存在的优势

伴随着阿里巴巴、百度、腾讯等互联网企业涉足金融业，互联网金融成为时下最热的话题之一。互联网金融领域一片热闹景象，银行的“好日子”到头了、互联网金融将颠覆银行、互联网将重新定义金融……面对这些言论，银行大佬们坐不住了，纷纷发声。

2014年6月底，中国银行业协会发布《中国银行业发展报告（2014）》，报告对互联网金融进行专题分析。报告认为，互联网金融对商业银行正面冲击有限，同时促进商业银行转型发展，将成为金融体系的有益补充。招商银行零售部总经理胡滔在一次演讲中表示，互联网金融并没有改变金融的本质，仍是以间接金融为主的金融模式，其核心优势包括了商业模式、体制优势、平台优势、数据优势和效率优势。中央财经大学金融学院教授郭田勇也表示，当前互联网金融存在着泡沫，其对传统金融的影响被夸大了，“互联网金融解决渠道替换是没有问题的，但对传统银行风险管理的功能进行替代是有问题的，完全替代银行风险管理比较难。”

互联网金融给传统银行业带来了巨大挑战的同时，也提供了一个让银行业加快变革和发展的契机。面对互联网企业，传统金融结构有着无法替代的优势。互联网金融在未来是否能够颠覆传统金融有待时间的考验，但它的出现相当于传统银行业多了个竞争对手，产生了博弈，将中国传统金融业推向新的改革之路。通过创新，利用自身的优势，传统银行也能够成为未来互联网应用发展过程中的主力军。无论是内部条件，还是外部条件，银行发展互联网金融都具有先天的优势。

优势一，银行业作为国家支持和认可的金融机构，拥有近水楼台的优势。互联网金融的发展一直受到国家监管限制，而银行业发展互联网金融首先受到了现行法律制度的认可和监管。

优势二，客户规模庞大。银行天然的特性、历史积淀以及适合我国国情的“级别对等”式营销，使得银行掌握着庞大、优质的客户资源，银行坚实的客户基础为银行发展互联网金融提供了广阔的空间。基于多种原因，民众对传统银行的信任度普遍较高，而对于互联网金融安全性的质疑却从来没有停止过。

优势三，传统银行机构的货币创造功能和在支付结算体系中的重要性，让银行支付结算拥有天然优势。银行业的品牌、客户、流量等要素，在产品开发、市场推广方面的优势，为确立线上支付结算市场主体地位奠定良好基础。

优势四，金融的本质是人和人之间的信用关系。传统银行最核心的国家信用、管制保护等因素，是互联网金融短时间内很难拥有的。累积多年的客户征信信息，银行对于风险的定位、管理和控制正是发展互联网金融的资源。这些最核心的能力也正是银行在短期很难被互联网企业

第十章 银行之变，绝地反击

所取代的原因。

优势五，实力雄厚的银行大佬一直是“不差钱”的，可以做到全面发展互联网金融，能够投入足够的资金涉足互联网金融的各个领域，尤其是加大对科技领域的投资，很多银行都成立了互联网金融产品实验室，开展创新产品预研工作。而且，“财大气粗”的银行加上金融资源的集中也决定了其发展互联网金融拥有无可比拟的优势。

互联网金融和银行未来不会是一对“冤家”，互联网金融一定程度也会对银行传统业务进行补充，覆盖传统银行的一些盲区。中国人民银行金融研究所所长金中夏认为，互联网金融对利率市场化乃至整个金融市场化的发展是个极大的推动。他表示，互联网金融的发展使大量的非金融机构得以提供金融服务，降低了金融服务的准入门槛，银行、证券和保险这些不同领域的业务得以互相渗透，分业经营和监管的格局受到了冲击。

面对变化，银行也不再墨守成规，开始重新思考自身的经营模式。虽然银行有巨大优势和应对之策，但相较于互联网公司而言，银行戴着沉重的“镣铐”，创新空间和灵活性不如互联网公司。面对压力和冲击，传统银行需要认清互联网技术的变革方向，抱着更加开放的心态积极拥抱互联网，不断地加大创新和变革的力度，充分发挥自身的优势。银行有着丰富的产品和从业经验，有着一套完善的风险管理体系，随着银行的加入，互联网金融行业会更加稳定地发展。

银行纷纷“触网”，近水楼台先得月

“银行是变化的行业，我们不会等待别人来变化我们！”工商银行董事长姜建清说。2013 年的市场环境已经发生了巨大的变化，基金、保险为代表的传统金融产品销售的电子商务化取得突破性进展，这意味着第三方支付企业、电商平台的市场地位得到认可，互联网企业正在成为重要的金融渠道。互联网金融确实有很多独特的优势。在这种冲击下，习惯坐着挣钱的银行恐怕也坐不住了，开始努力寻找自己的坐标。

金融界的“大佬”们通过积极主动“触网”及借互联网公司，发力网上银行、手机银行，拼抢移动支付，征战电子商务……电子商务大潮势不可当，拥有庞大渠道、客户和能够提供融资的银行，面对年均增长 30% 到 40% 的中国电子商务市场，无法坐视不理。2012 年 6 月 28 日，建设银行名为“善融商务”的电子商城低调问世，经过近一年运营，取得近 80 亿元的交易规模。建行副行长庞秀生表示：“我们出钱出力建设的是客户自己的平台，交易中的回佣，摊位费这种收费，一直都不会收，但是金融服务的收费一定要收的，其他的问题，随着形势的发展来看，

第十章 银行之变，绝地反击

一定让这个平台给客户提供更低成本的交易。”

几乎同时，交通银行也上线了名为“交博汇”的网上商城业务；浦发银行今年开始搭建属于自己的网上信贷平台，获取新客户的模式从基本通过客户经理获取，转向可直接从网上获取；中信银行也提出，与传统的物理网点业务受理量对比，要再造一个“网上中信银行”，成为银行业积极推进金融网络化的一个缩影。中信银行金融商城相关负责人称：

“金融商城不是简单地将银行网点、业务搬到网上，而是按电商模式重新打造，定位是开架式互动营销金融服务平台，是一种模式创新。”

“如果银行不去做，电商慢慢把上下游全部都吃光，连贷款都做掉，银行就只能在最底层做结算，银行就成为电商的后台了。”一家银行的相关负责人如是说。随着各大银行开展电商和金融超市业务，银行终于打起了反击战，主动“触网”仍将持续。

就在余额宝风生水起的2013年，银行业也加快了自己互联网化的速度，全年网上银行交易总量500多万笔，交易总额1066.97万亿元，同比增加190.87万亿元，增长21.79%。此外，电商平台、微信银行、P2P、直销银行等互联网新业务模式蓬勃发展。当互联网企业在金融领域边缘布局的同时，以银行为代表的传统金融机构也积极应变，自觉、自发、自主的创新也越来越多。

各种互联网“宝宝”的爆棚式增长，货币基金整体规模很快将超过万亿元。多位银行人士表示，目前互联网“宝宝”主要冲击的是银行活期存款，但长期来看，一定会慢慢拓展到更多中长期存款。与此同时，银行也开始反击，“银行版余额宝”相继推出，大有与余额宝决战的架势。

2013年12月，平安银行推出了类余额宝产品——“平安盈”，接

入的货币基金为“南方现金增利”。之后，四大行之一的工商银行也加入活期存款保卫战行列。工商银行浙江分行推出类余额宝产品——“天天益”，接入的货币基金为“工银现金宝”，该产品1元起购，24小时随时可申购和赎回。

除平安和工商银行外，中国银行的“活期宝”、交通银行的“快溢通”、民生银行的“如意宝”、建设银行与建信基金合作的货币基金也纷纷上线，银行全面反击以余额宝为首的互联网理财产品的大幕或已开启。

面对互联网金融，银行的绝地反攻，一边积极触网，一边与互联网公司积极合作，取长补短。传统金融机构拥有客户、研究和资本优势，而互联网公司拥有技术、数据和创新优势。互联网热爱创新的基因，给银行带来了创新的动力。银行以合作的方式，利用互联网思想和技术创新盈利模式来改善客户体验，进军互联网金融领域。

2012年7月23日，交行与阿里巴巴推出“交通银行淘宝旗舰店”，首期开放的内容包括贵金属、基金、保险、小企业贷款、贵宾客户服务、借记卡6个频道。光大银行前不久亦将银行最主流的金融产品即存款，搬至淘宝销售。“未来的互联网发展和未来的金融发展，必将是紧密融合的，未来如果说离开了互联网，我觉得金融也就没有办法再走下去，如果说没有新的技术替代互联网，未来的金融可能全都要是这种互联网金融。”中国人民银行支付结算司副司长樊爽文说。

2013年初，中信银行与财付通开展全面战略合作，除了传统的资金结算服务外，还约定在电子产品、网络授信与融资、联名卡、资金融通、备付金业务、理财业务、资源共享、联合研发及营销、腾讯QQ形象电

第十章 银行之变，绝地反击

子设备等方面开展合作。

2014年，广发银行与百度签订战略合作协议，双方将在支付、投融资、大数据、地图产品等多方面展开深入合作。不久后广发银行便开始了与互联网公司的第二次合作，与网易在北京签订战略合作协议，约定在互联网金融、支付业务、联名银行卡产品、中小企业网络金融快捷服务体系、大数据业务等领域开展跨界合作，为客户提供更为便捷、全面的互联网金融服务。

互联网金融浪潮下，银行已经开始做出经营模式、盈利模式和服务模式等方面的调整和改变。银行一方面利用手中的优势资源来做业务整合和重组，一方面尝试和互联网公司积极合作。随着银行与互联网企业实现融合，并且不断创新发展，与互联网企业合作共赢是未来银行发展的一大趋势。

手机银行开启互联网金融市场

互联网金融的来袭，对于传统银行业而言是一次不小的冲击。是拥抱变化还是尊重传统？站在十字路口，银行业没有犹豫，互联网金融的兴起，业务竞争加剧让银行没有太多思考的时间，必须迅速做出回应。推出手机银行客户端是银行业试水互联网金融的开始。

手机银行在灵活性和及时性上拥有传统银行以及一般网上银行难以比拟的优势，用户可以借助移动互联网随时、随地、随身地享受移动银行带来的便利金融服务。在移动互联网向纵深发展的今天，智能手机承载了越来越多的功能，而如何满足广大消费者对移动金融生活的多层次需求为银行业带来了新的发展机遇和挑战。随着技术不断进步，银行线下物理网点的业务也逐渐转向了互联网、移动端，常规的银行业务都通过网上银行、手机银行在家里或者是上下班的路上就能轻松搞定，这就是互联网时代的福利。

今天，手机银行不仅已经悄然走进了我们的生活，更凭借其积极创新的能力和多方合作平台，带来更多更新鲜的移动银行体验和便捷

第十章 银行之变，绝地反击

的智能生活。一组数据显示，2015年1月，手机银行已成为某银行最大的流量入口，2014年流量同比增长140%，1亿次的月登录量，让其在全国金融类APP覆盖率中排名第三。尤其是在互联网金融如火如荼的当下，银行早已开始谋篇布局互联网金融的战场，将移动终端载体——手机作为撬动互联网金融的入口。目前大型国有银行、股份制银行均推出了各自的手机银行客户端软件，其功能并不一致，但大体上分成六大主要功能。除现金业务外，手机银行基本可满足日常金融生活的大部分需求，包括查询、转账、汇款、缴费等。

为了加快互联网金融领域的布局和创新，几乎所有银行都推出了自己的手机银行客户端。移动端的提升是银行服务提高的重要标志，也是大势所趋。在一些互联网企业的倒逼下，银行业在移动客户端的领地被逐渐吞噬。越来越多的年轻人购物、转账、支付都是用支付宝这类产品，其黏性也越来越大。移动互联网+已深刻改变人们的消费习惯，以移动支付、手机银行等为代表的移动金融正逐渐成为用户青睐的主流金融服务方式。

四大国有银行、各股份银行以及一些城市商业银行都已开通手机银行服务，针对智能手机用户推出自己的手机银行客户端，有的银行还针对不同的服务项目，细分推出信用卡、短信、小微企业等专属客户端，努力抢滩移动金融市场。2012年，中国农业银行电子银行在“掌尚e达”手机银行基础上，推出了全新的掌上银行，旗下涵盖全系列移动金融产品。2014年四大行中，工商银行、农业银行、建设银行三家大型商业银行的手机银行用户都已达到上亿规模。

面对互联网的冲击，各家银行都在夯实其网上银行、手机银行服务。

这一过程当中，各家银行借助于信息技术的深化，纷纷推出网上银行等电子银行业务，不仅扩展和完善了传统的银行渠道体系，为客户提供了便利，也通过发展电子银行业务增加了不少中间业务收入。

手机银行不仅给老百姓带去便捷的服务，解决切身问题，也是资金归集的辅助工具，增强资金沉淀，提高银行效益，形成互利双惠的局面。尽管现在的手机银行用户的使用略滞后于手机银行应用的发展，但提早布局、重点发展才是未来制胜的法宝。信息科技逐渐电子化，用户需求越来越大，通过手机银行转账也越频繁，未来手机银行会是集移动银行、移动支付、移动生活和移动营销为一体的综合银行客户端，有望成为银行中间业务收入的重要来源之一。

第十章 银行之变，绝地反击

微信银行，银行业务新入口

愈演愈烈的互联网金融，让一直“躺着赚钱”的银行的活力瞬间被激发。“各家银行现在都在采取措施拥抱互联网，这是大势所趋”，一家银行的负责人说。在这场互联网金融的比拼中，微信是绝对不会被忽视的。打破时间、空间束缚的低成本互动平台微信已经改变了我们的生活。高达4亿用户量的移动入口为所有商家提供了绝佳的服务平台。微信已经成为现代移动互联网最火热的平台。而微信平台，俨然已经成为银行免于沦为互联网金融时代“恐龙”的救星。

微信银行变成互联网商业环境中银行业“互联网入口之争”战略的一部分。在互联网金融环境中，银行原有客户已经聚集在一些大众社交平台，如拥有数亿客户的微信，银行所要做的就是通过微信银行，将客户从大众社交平台吸引到银行在社交平台上运营的官方微博或微信群。

何谓微信银行？自微信开放了公众平台消息接口后，国内多数银行推出微信服务号。2013年3月，招商银行率先推出信用卡微信客服，当年7月，又升级推出首家微信银行。服务范围从单一信用卡服务拓展为

集借记卡、信用卡业务为一体的全客群综合服务平台，不仅可以实现借记卡账户查询、转账汇款、信用卡账单查询、信用卡还款、积分查询等卡类业务，更可以实现网点查询、贷款申请、办卡申请、手机充值、生活缴费、预约办理专业版和跨行资金归集等多种服务。

很快，工商银行也推出了微信银行，向客户提供的服务包括 7×24 小时人工咨询、自助查询和资讯获取。客户既可以将需要咨询的事项通过微信，发到“中国工商银行电子银行”公众号，由工行的专业团队提供快捷、全天候的业务解答，也可以编辑固定格式内容，查询并实时获取开户行信息、优惠活动、存款利率、贷款利率和理财产品净值等 12 项金融信息。

建设银行则推出善融商务平台，为客户提供商品批发、零售和支付结算等全面金融服务，希望通过电子商务平台积累大量交易数据，开发不同的金融产品；中信银行与财付通合作，希望借助第三方支付平台整合产品，开展网络商户小额信贷，并推出手机近场支付业务。

随后，平安银行、广发银行、交通银行等十几家全国性商业银行相继推出了各自的“微信银行”或“微信营业厅”，掀起了一波微信银行建设的小高潮。

虽然各家银行的微信平台功能和服务内容各不相同，但从定位角度来看，这些平台俨然已经成为银行替代传统业务手段的营销平台和客户服务手段。为了吸引更多用户关注，各家银行无不采用差异化策略，通过提供多样化的服务扩充微信银行平台，各家银行还赋予了微信平台更为重要的使命。例如，建行全新升级的微信公众平台“小微”，招行推出“理财日历”，工行提供全天候的人工咨询，中信银行信用卡中心微

第十章 银行之变，绝地反击

信平台被定名为“包打听”（涵盖持卡人的衣食住行等与生活息息相关的内容）等等。总体看来，微信银行不再只是金融企业品牌推广和信息推送的窗口，同时也是为用户提供便捷金融服务的一体化平台。

在移动互联网平台中，微信凭借其移动互联特性，可以有效拉近银行与客户间的距离，其庞大的用户黏性与传播能力也让它成为金融机构触网的必争之地。以银行为代表的金融机构正经历由渠道互联网化向互联网金融的蜕变。作为互联网金融发展的典型，微信金融正以强劲的势头迅猛发展，各家金融机构还在纷纷拓展、升级微信业务。作为传统金融业代表的银行，不得不面对新的市场竞争，开始新的金融创新。

以“大佬”身份进入 P2P

近年来，互联网金融的蓬勃发展和银行活期存款的大量流失成为市场关注的焦点。而 P2P 网贷，虽然问题频出，但依然蓬勃发展。国际知名研究和咨询机构 Celent 的报告显示，中国 P2P 借贷市场规模已经从 2009 年的 3000 万美元，增长到 2012 年的 9.4 亿美元，并将在 2015 年达到 78 亿美元。网贷之家 2015 年 5 月月报显示，4 月 P2P 网贷行业整体成交量达 551.45 亿元，环比上升 11.95%，是去年同期的 2.7 倍。贷款余额已增至 1757.56 亿元，达到去年同期的 3.4 倍。专家预计 2015 年 P2P 网贷行业全年成交量将突破 8000 亿元。

这显然是一块肥肉，除了保险业虎视眈眈外，银行也不甘落后，于近期纷纷涉足 P2P。其实，P2P 发展至今，多数银行一直在观望，涉足 P2P 已是大势所趋。在互联网金融对银行存款持续分流的同时，一些银行也纷纷展开了反击。一方面，平安银行、工商银行、民生银行等纷纷推出银行版的余额宝；另一方面，以平安银行、招商银行为代表的股份制银行则直接进军 P2P 网贷，布局未来互联网金融。面对巨大的市场空间，

第十章 银行之变，绝地反击

数家银行已推出 P2P 网贷业务，或者已有具体的布局计划。

2011 年 9 月，平安集团斥资 4 亿元打造了被外界评价为“P2P 第一豪门”的陆金所。2012 年 3 月，陆金所开始在平安内部进行内测，半年后，面向公众发售。大面积开展 P2P 业务，平安银行是第一家。

招商银行紧随其后，于 2013 年 4 月份正式上线“小企业 e 家”，推出 P2P 贷款业务，围绕中小企业“存、贷、汇”等基本金融需求，创新开发了企业在线信用评级、网贷易、惠结算、我要理财等互联网金融产品。招行网站显示，这个名为“e + 稳健融资项目”的投融资平台截至 2014 年 2 月已完成 6 个项目的发行、融资。6 个项目已经全部投满，融资金额达 1.29 亿元，融资期限均在 180 天左右，最低投资规模为 1 万元，预期年化投资收益率为 6.10%—6.30%。此举引发业内普遍关注，很多专家都认为，招行做这样的平台，可以拓宽中小企业的融资渠道，也可以顺应目前互联网金融的发展势头，是一个比较大的尝试动作。

2013 年 10 月，广发银行调整原电子银行部的组织架构和部门职能，成立网络金融部。2014 年 3 月以来，逐步与腾讯、百度、网易、中国移动等互联网和电信巨头合作推出微信营业厅、易信营业厅、“广发智付”等，P2P 平台呼之欲出。

另外，在直销银行中，包头商业银行是唯一一家推出 P2P 产品的直销银行，“小马 bank”于 2014 年 6 月 8 日正式上线，该平台是包商银行布局互联网金融的第一步，也是中小银行在 P2P 方面的尝试之举。从目前在售的产品来看应属于 P2P 产品，主要是个人贷款融资项目，且融资规模较小，最低规模为 2 万元，最高规模为 8 万元，期限均为 1 年，起点金额为 100 元。值得一提的是，“小马 Bank”首次引入用户风险测

评，在官网上有一个智能理财风险测评的入口，客户可以输入相关信息，系统自动生成一份风险测评报告。该行再根据客户的风险测评结果，给客户做一个资产配置建议，整个过程是全部智能化的。

对于多家银行发力 P2P 网贷市场，P2P 网贷平台对此表示欢迎，认为这对行业而言是一个积极信号，说明传统金融机构开始看好互联网金融的新型模式，有利于整个市场的扩大。首先，银行最擅长的就是风险控制，而 P2P 经过“野蛮”的生长之后，做好风控逐渐成为行业的共识。其次，无论资金量还是品牌影响，银行都是 P2P 行业的大鳄。业内人士预计，随着更多银行的加入，在加剧竞争的同时也会规范 P2P 行业的发展。

网贷之家首席运营官石鹏峰在一次接受采访时曾表示：“银行的涉足对 P2P 网贷行业来说是一个正向的信号，说明银行等金融机构开始认可 P2P 模式。由于现有市场潜力巨大，虽然会引入竞争，但目前来看银行业与 P2P 网贷平台公司的竞争并不在同一个维度上。未来市场逐渐达到饱和，银行和传统 P2P 网贷平台才有可能进入一个正面的战场。”对投资者而言，银行的介入增加了他们对 P2P 网贷行业的信心，银行的参与意味着国家对 P2P 网贷行业的监管也将落地，对中国 P2P 网贷平台的健康发展是相当有益的，有利于整个 P2P 行业朝着更积极、健康的方向发展。

第十一章

互联网金融如何走出美好未来

未来互联网金融的发展趋势

在“新常态”的时代背景下，不断革新的互联网金融推动了传统金融业变革，正在悄然地改变着我国的金融体系和金融服务方式，互联网金融的各种基因，给传统金融业带来了巨大的创新空间。在短短几年时间里，雨后春笋般涌现的各类互联网金融产品让用户眼花缭乱。互联网金融实现了传统金融业难以想象的超速发展，但也引发了很多疑问和争议。

支持者认为互联网金融是新兴、富有活力和创造性的业态，具有小额、快捷、便利的特征，因而具有显著的包容性，解决了许多传统金融体系不能很好解决的问题；批评者认为互联网金融的迅猛发展是野蛮的，扰乱了稳定的金融市场，昙花一现之后注定会是一地鸡毛。互联网金融在中国能否真正走上发展的正轨，路途中还有很多荆棘需要互联网金融从业者来跨越，未来将如何发展？

第一，与传统模式共存，相互融合。互联网金融为客户提供全方位的一站式金融服务，提供了便利。但从本质上来讲，互联网金融只不过

第十一章 互联网金融如何走出美好未来

是提供了一种补充的模式，将传统的业务模式根据互联网的玩法搬到了网上，这个过程就是金融脱媒。互联网金融的产品基本上没有超出传统金融产品的范畴。

第二，随着以城市为核心的互联网用户体验的逐步完善，未来的市场竞争重点将由城市转为城乡并重。现阶段互联网金融主要集中在一、二线城市，互联网金融是互联网和金融的结合体，对其比较了解，也愿意投资理财的更多是一、二线城市的群体。一方面是信息比较透明，安全约束机制比较完善；另一方面也是因为中心城市的消费、支付方式电子化程度高。三、四线城市和广大农村相对空白，因为三、四线城市缺乏对应的金融产品，支付、网贷、存款等习惯还没有建立起来。从未来发展趋势上来看，这块蛋糕还可以做大，竞争不足，是互联网金融的下一个市场前景。

第三，互联网征信更加成熟。与传统金融业相比，互联网金融企业掌握的核心优势在于支付渠道和海量的数据积累，能够对借款人的资本信用做即时、快捷的评估，并进入贷款操作流程。基于海量数据互联网征信体系比传统金融业的信审体系更有优势，目前，由于国内的数据资源还不尽完善，数据征信只能在少数几个比较完好的生态圈内实现。未来，随着互联网征信技术的发展，现有的互联网信用评价和征信机制会更加完善，一方面线上的征信平台有望于利用其他多元化的数据，或者是将线上的生态圈普及到线下，建立交叉征信；另一方面，线下的征信数据和环节有望通过电子化和批量化的手段以线上的方式展现出来，也就是完成了征信的线上化。

第四，应用场景将进一步丰富、完善。互联网金融运用快捷、便利、

通俗的方式，将产品信息通过适当的途径传播给广大的投资者和消费者。未来，互联网金融的具体运用都会慢慢和场景化的配套结合起来，并融入日常生活场景，应用场景化标志着金融价值将更多地体现在具体场景中。

第五，各行业合作加深，开放性更强。随着互联网金融的疾速发展，各路资本、各个行业、众多企业都想抓住机遇分享金融红利，于是跨界合作、抢滩圈地的现象成为了当下互联网金融行业的一大奇观。运营商、地产、电商、互联网公司、传统金融机构、国企等越来越多的企业加入到互联网金融的领域中来，不仅极大地丰富了互联网金融的内涵，同时也促进了互联网金融发展的包容性和新奇性，有助于形成多元、多维、充分竞争的互联网金融业态。

互联网金融行业未来前景被看好，但也存在一些问题，比如互联网金融快速发展却未得到法律的相应跟进，存在监管漏洞。想让互联网金融更好地发展下去，需要加强监管，并推动我国征信系统建设，同时提高投资者的风险意识，在建立监管体系的同时，更多给予互联网创新以包容，促进其健康发展。

互联网金融领域的各种风险

自余额宝点燃互联网金融的“硝烟”起，“全民理财时代”来临，各种金融创新模式竞相发展。尽管互联网金融业务在产品创新、业务模式和发展速度上，都表现出了很强的活力，并成为各方资本关注的热点，互联网巨头、电商企业、传统金融群雄逐鹿，监管层面坚持包容与鼓励，互联网金融大幕拉开。但火爆背后也有隐忧，出现了很多问题。这几年来，国内各地互联网金融业务屡屡传出投资无法收回、互联网金融公司破产倒闭等事件，甚至出现了老板跑路事件，行业发展乱象渐显。作为一个新兴行业，互联网金融的风险不可忽视。

首先，互联网金融存在信用风险。目前互联网金融行业处于监管缺失的状态，同时我国的社会信用体系也不完善，互联网金融服务方式的虚拟性使交易、支付的双方仅通过网络发生联系，增大了交易者之间在身份确认、信用评价方面的信息不对称。由谁来验证最终借款人提供资料的真实性？有无独立第三方能够对此进行风险管控？

第二，在互联网金融的环境下，信息安全将面临更大的风险挑战。

互联网金融区别于传统金融，它具有服务方式虚拟化，业务边界模糊化，经营环境开放化，以及市场运行透明化等特征，会涉及到客户的资金安全、信息安全以及系统安全。而这些特征在互联网支付、P2P等业务形态中都存在。近些年快速发展的P2P网贷公司，由于面临重大的生存压力，为吸引流量，其中一些发布虚假或不实信息，甚至隐瞒一些高收益产品借款者的不良财务信息。而比特币交易网站Mt.Gox存在缺陷，其平台85万个比特币被盗一空，价值近5亿元。Mt.Gox宣布破产，广大比特币持有者损失惨重。

同时，由互联网金融企业通过数据挖掘与数据分析，获得个人与企业的信用信息，并将之用于信用评级的主要依据，倘若此类信息管理不当，将造成信息泄密，若被不法之徒利用，将给被泄密方带来损失。随着互联网金融的快速发展，新技术、新业务形态的不断出现，互联网金融也面临着日益严峻的信息安全风险挑战。

第三，互联网金融存在的法律风险不可避免。目前我国的互联网金融尚处于发展的初级阶段，其操作规范、操作程序及相关要求等还不够完善，也不够成熟。虽然我国已相继出台了《网上银行业务管理暂行办法》《电子认证服务管理办法》《非金融机构支付服务管理办法》等规章，但总体上而言，针对互联网金融的相关立法仍相对落后和模糊。根据《互联网金融蓝皮书（2014）》的观点，互联网金融企业极易游走于法律盲区和监管漏洞之间，进行非法经营，甚至出现非法吸收公众存款、非法集资等现象，累积了不少风险。

第四，互联网金融是金融与互联网技术相结合的产物，以往银行网站遭遇黑客袭击、个人金融信息被盗取的事情并不少见，而互联网金融

第十一章 互联网金融如何走出美好未来

本身就是以技术为支撑，网络系统的缺陷便构成了互联网金融的技术风险。随着网络金融覆盖范围越来越广，可能带来的操作风险和技术风险也就越来越大。与传统商业银行有着独立性很强的通信网络不同，互联网金融企业处于开放式的网络通信系统中，TCP/IP 协议自身的安全性面临较大非议，而当前的密钥管理与加密技术也不完善，这就导致互联网金融体系很容易遭受计算机病毒以及网络黑客的攻击。犯罪分子往往利用黑客技术或者一些掌握这些重要信息的单位管理上的漏洞，致使个人出售信息进行谋利，这样使得犯罪分子更容易获得精准的、高价值的个人信息和企业信息，作案成功率将更高。

传统金融业与互联网的“触电”，在改变我们生活方式的同时也暗藏风险。发展互联网金融，还需要加强风险防范意识和监管理念，如何更好地利用互联网金融这把“双刃剑”，如何规避互联网金融发展过程中的风险，已经成为各界关注的焦点。面对这一问题，互联网金融众多平台首先采取行动，建立自律联盟，促进行业自律发展。同时，专家呼吁，国家应尽快建立和完善相关法律法规体系，创新监管模式，加强对互联网金融的监管，让互联网金融在健康的环境下成长。

互联网金融的安全漏洞

从余额宝、P2P 到众筹，从支付宝到微信支付，一系列互联网金融服务大量出现。这不但在互联网、金融领域创造了更多的商机，对于广大投资者来说，余额宝、理财通等理财产品出现之后，保险、网贷等产品也陆续登陆互联网，成为互联网金融蓬勃发展的持续动力，这些互联网金融服务，也极大地丰富了投资理财的途径。

随着互联网金融的快速发展，新技术、新业务形态的不断出现，互联网金融也面临着日益严峻的信息安全风险挑战。2013 年，我国首部《中国互联网金融发展报告（2013）》发布。报告指出，目前互联网面临日益严峻的风险和安全隐患，随着互联网金融的影响和规模逐渐扩大，迫切需要解决互联网金融信息安全保障、风险防范及监管问题。

2014 年 2 月，支付宝被曝存在安全漏洞，引发人们对互联网金融安全的关注。3 月，携程被曝出漏洞消息，称大量用户银行卡信息可能泄漏，让曾经用信用卡在携程消费过的用户陷入恐慌。同时，继工行、农行、中行后，建行也完成了对快捷支付转账额度限制的下调。

第十一章 互联网金融如何走出美好未来

同年，携程网的“漏洞门”事件引起的风波还未平息，OpenSSL 被曝出“心脏出血”漏洞。据称，利用该漏洞，黑客坐在自家电脑前，就可以实时获取到约 30% 的“https”开头网址的用户登录账号密码，严重威胁网络购物、支付、社交等领域。此消息一出，立刻在互联网金融领域激起千层浪。OpenSSL 安全漏洞暴发期间，受到影响的网站非常多，除了电商网站、在线支付网站外，在互联网金融领域，尤其是极为火爆的 P2P 网贷平台，是此次 OpenSSL 漏洞影响较为直接的网站类型。P2P 网贷平台因其能够为中小企业解决资金问题，又能为投资人带来投资理财收益，现已经吸引了众多用户加入到 P2P 网贷队伍当中，形成巨大的财富圈和资金链，万一网站出现安全漏洞，后果十分严重。这无疑向互联网金融投放了一颗重量级炸弹，大量网站已经开始紧急修复该漏洞。

据不完全统计，截至 2014 年底，已有近 165 家 P2P 平台由于黑客攻击造成系统瘫痪、数据被恶意篡改、资金被洗劫一空等。目前很多 P2P 平台整体安全技术水平跟其业务的风险性不相匹配，缺乏专业、核心的防范黑客攻击技术，给了黑客乘虚而入的机会，如何提升平台安全能力成为亟待解决的问题。根据国家互联网应急中心数据显示，2014 年 2 月，境内感染网络病毒的终端数为 220 万余个；境内被篡改网站数量为 12428 个；信息系统安全漏洞为 699 个。安全事件的频现将互联网金融的信息安全风险推向风口浪尖，如何有效防范此类风险事件成为业内广泛探讨的焦点问题。

随着互联网的迅猛发展，安全问题也随之出现。尤其是近来火热的互联网金融，面临不少安全威胁。互联网金融毕竟是新生事物，不但高度发达的互联网自身存在诸多的安全漏洞，且大多数进军金融业互联网

公司的信用也不能跟银行相比，如果监管不到位很可能引发金融事件。

互联网金融之所以“火”起来，关键在于其提供的便利性以及推动了普惠金融在中国的逐步实现，但互联网金融所具有的虚拟特征，使得其安全性尚存在不足。专家表示，作为新生事物，互联网金融需要一个公平、合理的竞争环境，但也需要必要的、合理的监管。互联网金融的高速发展，使其正面临日益严峻的风险和安全问题，随着互联网金融的影响和规模逐渐扩大，迫切需要解决互联网金融信息安全保障、风险防范及监管问题，如何实现便利性与安全性的结合是今后互联网金融面临的重大课题。

互联网金融时代，信用为王

高速发展的互联网给金融机构提供了新的发展空间，互联网金融呈现出多样化、多层次发展的形态，不断涌现出 P2P、众筹、征信、互联网券商、基金、三方支付等新兴的互联网金融产品，让不少投资者激动不已。再加上互联网金融进入门槛低、便利和交易成本低，吸引了更多的投资者，引领我们进入了一个全新的时代。在高速发展的同时，互联网金融也正在遭遇信用危机，由于个人征信体系不完善导致的平台坏账已成行业隐痛。

如何加快征信体系建设，有效控制互联网时代的各类风险也成为新的挑战。信用风险是互联网金融业务中面临的最大的风险。为什么中国互联网金融风险明显较高，欺诈、跑路事件频频发生，很重要一点是中国的犯罪成本较低，信用环境较差。到目前为止，我国的征信体系仍在完善过程中，尽管经过多年建设，中国人民银行征信体系已经积累超过 3 亿的个人和企业的信用信息，但对整个经济体系而言，覆盖仍不全面。此外，对失信行为的惩戒制度也不够健全，导致借款人违约成本较低，

难以有效抑制违约风险。

中国相比美国来讲，信用体系建设相对落后。究其原因，主要有两点：第一，银行的征信体系是多年以来累积起来的，数据从不对外公开，也不愿意公开自己的征信体系。第二，没有专业的机构把这些散落的征信体系进行整合。每个征信体系都有其重要价值，需要有专业的机构可以把这些数据整合，才能建立一个有公信力的征信体系。在美国，每个人都会有一个终生相伴的社保账号，连着信用分数，网站只需要与评级机构合作，就能拿到分数，大大降低信贷成本和信贷风险。

因此，除了要进行必要的业务风险控制外，必须通过技术手段进行风险防范，当务之急是尽快健全信用体系这一整个互联网金融行业健康规范发展的基石。现阶段我国的征信体系还不是很完善，一个人收入的水平和财产状况现在还很难通过有效的途径获得。很多的征信信息在正规金融机构里过去还没有相关的记录，所以，有些信息除了中国人民银行征信中心之外，还没有其他机构能够提供。

在中国人民银行征信系统之外，另一个民间的征信体系正在逐步建立。互联网金融产生的 P2P 平台对查询借款人征信报告和行业信息共享有着强烈的需求，目前还未能直接接入央行征信系统。和中国人民银行的征信系统相比，互联网上的 P2P 和民间借贷的数据更为活跃，可能反映其过去一两年之内发生过的借钱、典当等行为。而且，随着互联网技术的突飞猛进，个人消费活动、兴趣爱好甚至企业生产经营状况等都被有效地记录下来，通过数据的积累和分析，研究个体在互联网上的行为，这种信用不仅仅是对客户信誉的评价，也是根据商家的现金流量、销售额通过数据分析得出的客户还款能力的综合判断。更多地侧重于数据分

第十一章 互联网金融如何走出美好未来

析和辅助手段控制风险，在信用风险评价中加大了定量分析的比重，而并非银行采用的依赖于对客户的还款意愿、人品等定性分析。这些信息将来也会反哺中国人民银行的征信信息。这有助于形成更为稳定和全面的个人征信体系。

信用是金融的核心，对于互联网金融来说，其本质仍是金融，仍需按金融规律办事，一样离不开风险识别、判断、评估和管理。征信能够提高放贷机构信用风险管理水平，是现代金融体系运行的基石。因此，构建征信体系是互联网金融发展绕不开的话题。当前国内互联网金融征信体系不完善的问题，很难依靠数据共享解决，征信必须要在信息共享和隐私保护之间不断寻求平衡，进一步推动互联网金融全面进入中国人民银行征信体系，实现信息的共享。同时，要利用征信体系加大对失信的惩罚力度，包括市场的退出机制，如果失信的话就应该受到约束等等。建立征信档案系统，配合征信体系建立大数据分析体系，对这些东西进行全面的分析，包括最后的利用。健全的征信体系，不光对互联网金融的发展有重要作用，而且对整个社会经济的发展也起着重要的作用。

互联网金融助力中国梦

2013年召开的党的十八届三中全会明确提出“发展普惠金融，鼓励金融创新，丰富金融市场层次和产品”。2014年、2015年连续两年的政府工作报告均提出“发展普惠金融”，彰显以普惠金融促发展、惠民生、推进社会公平正义的重要意义。“普惠金融”的概念在2005年被世界银行提出来，普惠就是降低金融服务的门槛，让更多人受益。互联网金融自被引进中国后蓬勃发展，诞生了大量以互联网为平台的新型金融模式，如余额宝、P2P贷款、众筹等，正是得益于践行普惠金融、积极服务小微企业和普通老百姓的结果。

比起传统金融，互联网金融能满足更多需要金融服务的人，不分地区，无论穷人富人，所有有需求的人都可以平等地享受金融服务。真正的互联网金融，并不是简单地把金融产品平移到互联网平台，其最大意义在于用先进的网络技术手段降低金融服务成本，提高服务效率，增加金融服务的覆盖面和可获得性。能够有效、全方位地为社会所有阶层提供金融服务的体系，尤其是为那些金融体系现在还没有覆盖的社会低收入阶

第十一章 互联网金融如何走出美好未来

层提供服务，使边远、贫困地区，小微企业和社会低收入人群能够获得价格合理、方便快捷的金融服务。

我国作为目前世界上重要的金融大国，近几年来在互联网金融领域呈现出积极态势。小微企业在整个产业链中发挥的作用越来越大，但在传统金融格局之下，融资困难是这些企业普遍面临的问题，直接制约了这些企业的发展。传统金融机构信用评级模型的建立是基于财务数据，这对于大中企业是适用和科学的，但是对小企业并不适用。因小企业没有财务数据积累，财务方面的数据数量有限且质量不高，所以依据传统的信用评级体系，小企业很难获得较高的信用评级，也难以获得贷款。

据国际金融公司统计，发展中国家45%—55%的中小微企业未得到，或未充分得到正规金融服务。改革开放以来，中国注册及未注册的中小微企业有4.2—5.1亿，未满足的信贷缺口达3.4万亿—3.9万亿。这些中小微企业或许还只是刚刚起步，市场空间不大，但未来发展前景不错；它们或许挣扎在生存边缘，因后续资金不足，只能眼睁睁地看着机遇一次次从手边溜走。而互联网金融的发展，有望促进实现金融普惠，构建中国新金融的核心竞争力。

有了互联网金融这个能更好助推普惠金融实现的创新形态，这一切都有了答案。随着这些互联网金融实践的成功，普惠金融这个概念开始真正意义上地获得了大众的认同。

第一，互联网金融企业掌控着大量的短期资金，以及其他民间资本等多渠道资本，拥有相对丰富的资金来源，具有很好的资金渠道整合能力，能够满足中小企业的资金需求。

第二，互联网在帮助企业增信方面的作用日益凸显，互联网金融模式下，固定营业场所、服务人员等不再是金融服务业的标配，降低了获取存款和服务客户的成本。小微企业主通过第三方提供自身信用信息，投资者通过企业主在互联网上的记录了解他们的工作、生活情况，从侧面获取小微企业的信用状况。

第三，在互联网金融模式下，有效降低了信息成本，提高了服务小微客户的可行性。利用互联网的特性，减少与投资者之间的信息不对称性，小微企业可以通过提供企业交易等历史信息，让投资者更加了解企业自身发展情况。同时，互联网金融通过大数据分析，可更好地实现风险定价，对放贷企业实行实时动态监管，保证资金安全，从而降低对小微企业的融资门槛。

第四，互联网金融提高了普惠金融服务的便捷性，由于大数据和云计算的出现，使金融服务交付的方式与效率发生了显著的变化，互联网金融的市场定位主要在“小微”层面，具有“海量交易笔数，小微单笔金额”的特征，这种小额、快捷、便利的特征，具有普惠金融的特点和促进包容性增长的功能。互联网金融通过信息技术可实现产品创新，提供优质高效的普惠服务，一定程度上填补了传统金融覆盖面的空白。

政策的开放，市场的需求，近几年来网贷、众筹、基金等不同业态都得到了飞速发展，互联网金融的发展开启了普惠金融之路。目前全国有 5000 多万家小微企业，贡献了中国 60% 的 GDP（国内生产总值），从这个数据来看，互联网金融还有巨大的发展空间，也必定为助力实业发展，实现普惠金融做出贡献。借助互联网强大的触角，金融行业进入

第十一章 互联网金融如何走出美好未来

了一种全新的业态模式。与传统金融模式相比，互联网金融参与者更为大众化，对中小企业融资覆盖面更广，巨大效益更加普惠于普通民众，是普惠金融的最佳选择。互联网金融发展至今，已成为推动普惠金融的最佳助力。

基于信用利用规则 实现商业价值最大化

互联网金融是传统金融行业与互联网相结合的新兴领域。它是现代经济进入互联网时代，在金融上所表现出的新特征、新技术、新平台、新模式和新实现形式。

电子银行的出现改变了我们的金融生活，波澜壮阔的互联网金融又为我们呈现了移动银行和第三方支付平台，只要有一台能上网的客户端，我们便能足不出户解决大部分金融需求，这在以前根本不可想象。

随着互联网时代的来临，互联网金融也在蓬勃发展，在极大地改变金融行业状态的同时，也广大客户带来了极大的便利，使人们的生活因互联网金融而变得更简单。

互联网金融，一个新时代已经到来。

上架建议：互联网 / 金融

ISBN 978-7-5317-3560-1



9 787531 735601 >

定价：42.00元

微信扫一扫
选书没烦恼



每日精彩图书推荐

手机扫一扫
好书全知道



定制图书，惊喜不断